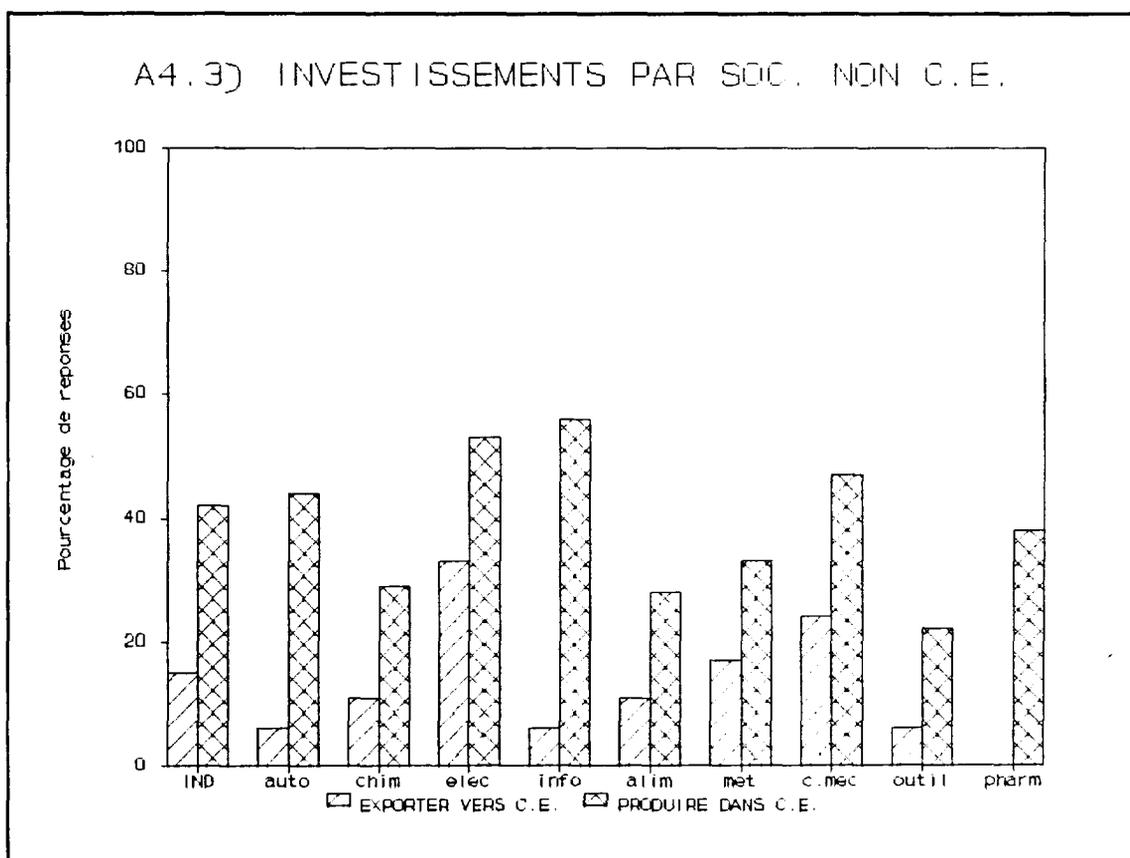


nos efforts vers la CE pour des raisons évidentes: le pourcentage de 65 % en témoigne. Mais bien sûr, ce chiffre est très élevé, nous cherchons donc à rééquilibrer les effets jusqu'à un certain point en développant nos ventes ailleurs. À long terme par conséquent - disons vers 1995 - je pense que nous chercherons à garder à peu près le même niveau qu'à présent."

- + À Tampella, un autre grand producteur finlandais de produits forestiers et d'outillage, le vice-président chargé de l'expansion dément que 1992 puisse détourner les ressources à investir vers l'Europe. "Bien sûr, il faut se fixer des priorités. Il faut savoir ce que l'on fait en premier. Si on considère le groupe tout entier, certains secteurs s'étendent en Amérique du Nord, comme notre division de chaudières ou celle des machines à pâtes et papiers, alors que d'autres cherchent plus sérieusement à investir dans la C.E... Cela dépend aussi de la concurrence dans le secteur. Si elle est plus forte dans la CE ou en Amérique du Nord, nous choisirons notre stratégie en conséquence."
- + À propos des entreprises scandinaves plus petites, un cadre suédois dans une compagnie d'assurances multinationale observe: "Beaucoup de firmes suédoises vont en Allemagne, c'est souvent leur premier pas, puis en Grande-Bretagne - elles évitent les territoires de langue française - et ensuite aux Etats-Unis. Ce n'est qu'en dernier qu'elles iraient dans les pays latins."

GRAPHIQUE A4.3



En ce qui concerne les multinationales américaines, 1992 a fait remonter l'Europe dans les priorités d'investissements mais toujours dans le contexte d'une stratégie mondiale. Voici deux observations typiques:

- + Commentaire d'une firme américaine de produits pharmaceutiques: "Il est certain que 1992 affecte nos stratégies. D'abord, parce que cela nous permet de négocier avec un seul groupe où nous voulons augmenter notre part du marché et ensuite en raison de l'importance de la CE sur la scène mondiale, en raison de la recherche et en raison du