

## A.1 CHANGEMENTS STRUCTURELS

La perspective du marché unique dans les années 1990 n'est pas seule responsable des changements structurels qui affectent les industries et les services en Europe. Les entreprises d'Europe doivent également faire face aux autres changements qui surviennent sur la scène économique européenne et mondiale - la concurrence mondiale qui envahit de nombreux secteurs, des bonds considérables dans les taux de change réels par rapport au dollar et au yen, le défi des pays nouvellement industrialisés, la déréglementation, les nouvelles règles de protection de l'environnement qui forcent à modifier les produits et les technologies, enfin l'évolution des marchés européens et le progrès accéléré des technologies.

Le programme du marché unique de 1992 accélère néanmoins les changements structurels déjà en cours dans l'industrie européenne et précise leur forme. Voici quelques exemples:

- la concentration accrue des structures de l'industrie;
- les opérations de rachats et fusions nationales et transfrontalières qui s'accélèrent;
- les alliances transfrontalières en recherche et développement (R-D), production et marketing qui prolifèrent;
- l'intérêt pour les marchés haut de gamme et des produits et activités à valeur ajoutée supérieure;
- le recentrage des entreprises sur leurs activités centrales, en abandonnant leurs activités périphériques;
- la recherche de parts dominantes du marché (sur des marchés qui se redéfinissent eux-mêmes dans le contexte paneuropéen ou mondial);
- la rationalisation des usines à l'échelle européenne;
- les efforts en vue de réduire les coûts, relever la productivité et améliorer la qualité;
- l'innovation plus rapide et la durée de vie plus courte des produits;
- l'introduction de l'automatisation et de l'informatique.

La tendance aux réductions massives d'emplois que l'industrie a connue au début des années 1980 est stoppée, sinon renversée, grâce au redressement économique général des deux dernières années. Mais certains craignent que la restructuration associée à 1992 ne conduise à une nouvelle vague de perte d'emplois. Même le Rapport Cecchini habituellement optimiste, qu'a présenté la Commission de la Communauté européenne, entrevoit jusqu'à 500 000 emplois perdus avant que le marché unique ne génère à nouveau une création nette d'emplois. C'est pourquoi la Commission réclame d'urgence une "dimension sociale" dans le programme de 1992, afin de parer à un contrecoup des syndicats et de l'opinion publique.

Entre-temps l'industrie semble également prendre conscience des grands défis que les entreprises doivent relever, si l'on veut réaliser l'objectif de 1992. D'éminents chefs d'entreprises, comme Sir John Harvey-Jones au Royaume-Uni, signalent le danger de voir disparaître la moitié des sociétés d'Europe durant le passage vers le marché unique.

Une des causes de cette éventuelle élimination est le fait que dans tant de secteurs les marchés fragmentés de l'Europe protègent encore un nombre trop élevé de sociétés qui ne survivront pas aux assauts de la concurrence après 1992. Ainsi, Percy Barnevik en Suède (Pdg du géant électrique, Asea Brown Boveri, récemment fusionné) observe que les constructeurs de locomotives en Europe sont au nombre de 13 et que ce chiffre doit diminuer si l'Europe veut tenir tête aux deux constructeurs des États-Unis et aux 3 ou 4 du Japon. De la même façon, l'Europe a quelque 40 fournisseurs de batteries d'automobile, contre 4 aux États-Unis; 11 constructeurs de centraux téléphoniques publics, contre 4 en Amérique du Nord; et ainsi de suite.

Dans certains secteurs déjà surchargés, la situation s'aggrave, à mesure que les concurrents étrangers se pressent sur le marché européen avec de nouvelles capacités. L'industrie automobile en est un bon exemple, avec six grands constructeurs automobiles déjà établis en Europe, plus Nissan qui augmente sa production au Royaume-Uni et Toyota qui s'annonce à l'horizon.

Le plus souvent, toutefois, les nouveaux venus non originaires de la Communauté préfèrent la méthode de l'acquisition qui leur permet de construire une base solide dans le marché unique, sans pour cela augmenter la capacité existante. Les entreprises de l'AELE adoptent généralement cette stratégie - par exemple, ABB pour les centrales électriques et le matériel ferroviaire, Electrolux pour l'électroménager, Nokia pour les postes de télévision. Cette méthode peut d'ailleurs aider à résoudre les problèmes structurels