

D'autres interviews vont dans le même sens:

- + Un constructeur automobile allemand déclare que 1992 ne l'incite pas à recentrer ses propres investissements sur l'Europe, mais les entreprises plus petites - qui ont investi en Amérique du Nord "à cause de la baisse du dollar plutôt que pour des raisons de compétitivité" - devraient peut-être s'orienter davantage vers la CE et mieux s'adapter aux nouvelles conditions après 1992.
- + Un porte-parole du groupe De Benedetti signale que, si De Benedetti a été "l'un des plus ardents promoteurs du marché unifié en Italie," le groupe a toujours eu une stratégie mondiale. "De Benedetti soutient depuis longtemps que seules les entreprises ayant de bons atouts internationaux survivront dans les marchés mondiaux de l'avenir."
- + Un dirigeant de Pirelli minimise l'importance du marché unique: "1992 n'est pas tellement important, car il y a longtemps que nous nous sommes lancés à fond sur la scène internationale avec des usines dans toute l'Europe qui remontent presque au début du siècle. "De plus, l'industrie du pneu est aujourd'hui devenue "une activité mondiale - l'Europe n'est qu'une partie du tableau."
- + Un spécialiste du capital-risque en Italie donne son opinion sur les incursions transfrontalières des petites entreprises: "En Italie, ce n'est pas évident pour les entrepreneurs de «penser européen». Si vous parlez de plans de lancement, il s'agit du marché italien uniquement; personne, à ce stade, n'a les ressources pour opérer à l'échelle européenne. Et si vous rencontrez une entreprise qui envisage une expansion, vous avez affaire à une structure de coûts européens très élevés en Europe. Une entreprise italienne dépense autant pour ouvrir un bureau en Allemagne ou aux Etats-Unis par exemple, mais le marché américain offre un plus grand potentiel."

Investissements des entreprises non membres de la CE

L'enquête fait apparaître que, dans le cas des entreprises non membres de la CE - qu'elles soient de l'AELE, de l'Amérique du Nord ou du Japon - il s'agira d'investir dans des usines au sein du marché unique plutôt que d'approvisionner ce dernier au moyen d'exportations. Ceci apparaît nettement dans le graphique A4.3. Un banquier allemand s'adressant à des entreprises membres et non membres de la CE a signalé la nécessité d'une présence dans le marché régional:

"Pour se tenir au courant de l'évolution constante sur les marchés européens encore nationaux d'Europe, qui persistent à côté du marché unique en préparation, il faut être présent, physiquement et moralement, sur ce marché, et pas seulement en un point de la région."

Les entreprises de l'AELE forment un cas particulier, puisqu'elles considèrent l'Europe comme leur marché national. Comparées aux firmes nord-américaines, elles donnent une préférence plus marquée pour la croissance des exportations vers la CE mais aussi pour la production locale, les rachats et les accords avec les entreprises de la CE. De leur côté, les entreprises suisses et scandinaves interrogées ne négligent pas les chances qui s'offrent dans le reste du monde.

- + Le groupe suisse Oerlikon-Bührle est en train de créer des contacts en Amérique du Nord. Aux termes d'un important contrat de défense avec le gouvernement canadien, le groupe produit le système (anti-chars anti-aérien) Adats sur place et se propose de prendre le Canada comme base de production lorsque de nouveaux contrats de production Adats seront signés ailleurs. Michael Funk, le Pdg du groupe voit de grandes possibilités d'investissements aux Etats-Unis et au Canada; "si le nouvel accord de libre-échange fonctionne bien," on installera d'autres usines au Canada pour y exporter des produits de technologie de pointe vers les Etats-Unis. Le groupe compte par ailleurs s'implanter davantage en Asie.
- + Chez Alusuisse, un dirigeant souligne le fait qu'il n'y aura pas de changement d'attitude vis-à-vis du reste du monde à cause de 1992. "Pour nous, dit-il, la CE n'est qu'un marché mondial parmi beaucoup d'autres. Alusuisse produit déjà des produits chimiques au Canada, et des produits chimiques et de l'aluminium aux Etats-Unis.
- + Le groupe Enso-Gutzeit de Finlande est le premier producteur de produits de sciage en Europe occidentale qui réalise environ 65 % de ses ventes sur le marché de la Communauté. Le vice-président chargé de la planification déclare: " Nous dirigeons