

marché, certains chefs d'entreprises prévoient l'émergence d'un "Euroconsommateur". L'idée de l'homogénéité prédomine surtout dans les secteurs de l'énergie, des métaux, de l'automobile, de l'électricité et de l'électronique et des assurances. Cependant, d'autres accordent beaucoup d'importance à la différenciation qui subsiste entre les marchés nationaux. L'attente d'une différenciation permanente est fortement marquée dans les secteurs des matériaux de construction, de la distribution, de l'informatique, des services bancaires et des produits de consommation.

La segmentation est l'élément clé de la stratégie de marketing de la majorité des sociétés de fabrication et de services interrogées. La tendance générale est à la recherche de créneaux au niveau pan-européen plutôt que national - bien que ce dernier prédomine dans le bâtiment et les services financiers.

Les avis sont partagés sur l'ampleur que prendra l'expansion des activités des grossistes et des détaillants à travers le marché de la Communauté. Le petit échantillon d'entreprises de distribution ayant répondu à l'enquête était divisé à moitié entre celles qui sont tournées vers des créneaux pan-européens et celles qui sont axées sur des créneaux nationaux.

Le marché unique incite fortement à coordonner le marketing et à rationaliser la distribution physique. Plus de la moitié des industriels qui ont répondu au sondage projettent de resserrer leur contrôle sur le marketing et les opérations de service, plus particulièrement dans les secteurs de l'automobile, de l'informatique et des métaux.

L'intendance est un autre domaine qui subira d'importants changements après 1992. Un tiers de toutes les sociétés industrielles interrogées ont fait part de leur projet de centraliser la distribution physique, les entreprises de métaux et de minéraux étant les plus déterminées en ce sens. Le principal point d'intérêt consiste à décider où centraliser les opérations de production et d'entreposage.

Les efforts faits pour repenser les systèmes de distribution, soit en informatisant, soit en centralisant l'entreposage, visent à réduire les coûts et à accélérer les livraisons. D'une manière générale, 38 % des entreprises manufacturières interrogées projettent de faire usage de réseaux informatiques pour suivre les courbes de vente; 43 % cherchent à réduire les stocks dans le système de distribution; et 64 % espèrent réduire les délais de livraison et mieux répondre aux besoins de leurs clients.