

Et dans l'industrie électronique, Amstrad, au Royaume-Uni, qui a bâti son succès en sous-traitant la fabrication en Corée et ailleurs, a commencé à quitter l'Asie pour le Royaume-Uni et d'autres pays européens à cause des pressions anti-dumping de la Communauté."

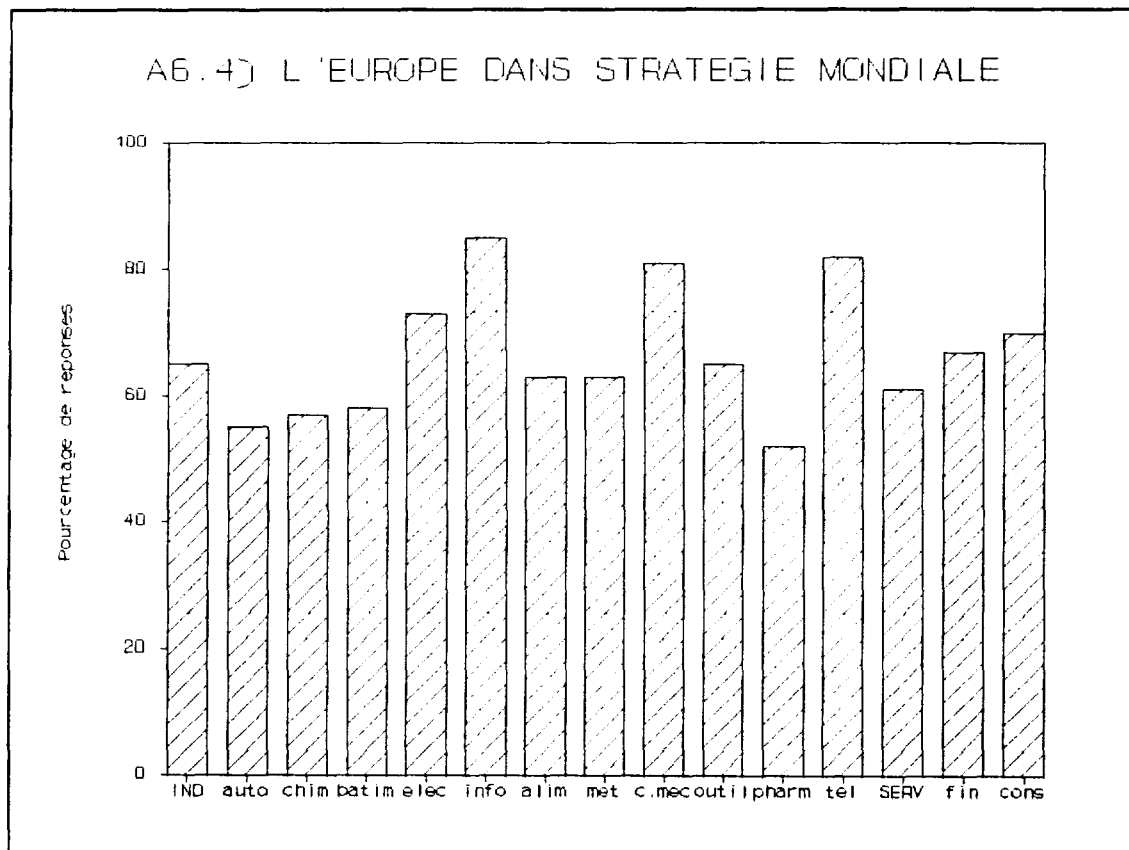
Les entreprises de la Communauté dans la concurrence mondiale

Un des objectifs fondamentaux du programme de 1992 est de développer des industries européennes capables de tenir tête à leurs rivales américaines ou japonaises dans la concurrence mondiale, grâce aux économies d'échelle - dans la recherche, la fabrication et la distribution - rendues possibles par un marché intérieur élargi de taille comparable à leurs marchés.

L'incidence de 1992 pour les coûts et la compétitivité des entreprises de la Communauté est étudiée plus en détail dans le chapitre A.7. Quant à leur mentalité - refermement sur l'intérieur ou ouverture sur l'extérieur, on est d'avis que c'est l'ouverture qui primera.

D'ailleurs l'un des résultats les plus frappants de l'enquête est justement la forte proportion d'entreprises qui voient l'Europe dans le cadre d'une stratégie mondiale - plus de 60 % de réponses en ce sens tant dans l'industrie que dans les services, et plus de 80 % dans l'informatique, la construction mécanique et les télécommunications (graphique A6.4).

GRAPHIQUE A6.4



Cette tournure d'esprit mondialiste n'a cessé de se manifester dans les interviews des chefs d'entreprise, comme le montrent les citations des chapitres précédents. Bien entendu, la mondialisation des marchés et de la concurrence est un slogan à la mode aujourd'hui, et certains observateurs pensent que 1992 va ramener l'attention des chefs d'entreprise sur leurs soucis plus immédiats.

"Les entreprises seront tellement occupées - à la fois mentalement et financièrement - par les chances d'amélioration du marché interne que pendant quelques années, ils vont laisser en plan leurs efforts sur les marchés extérieurs."