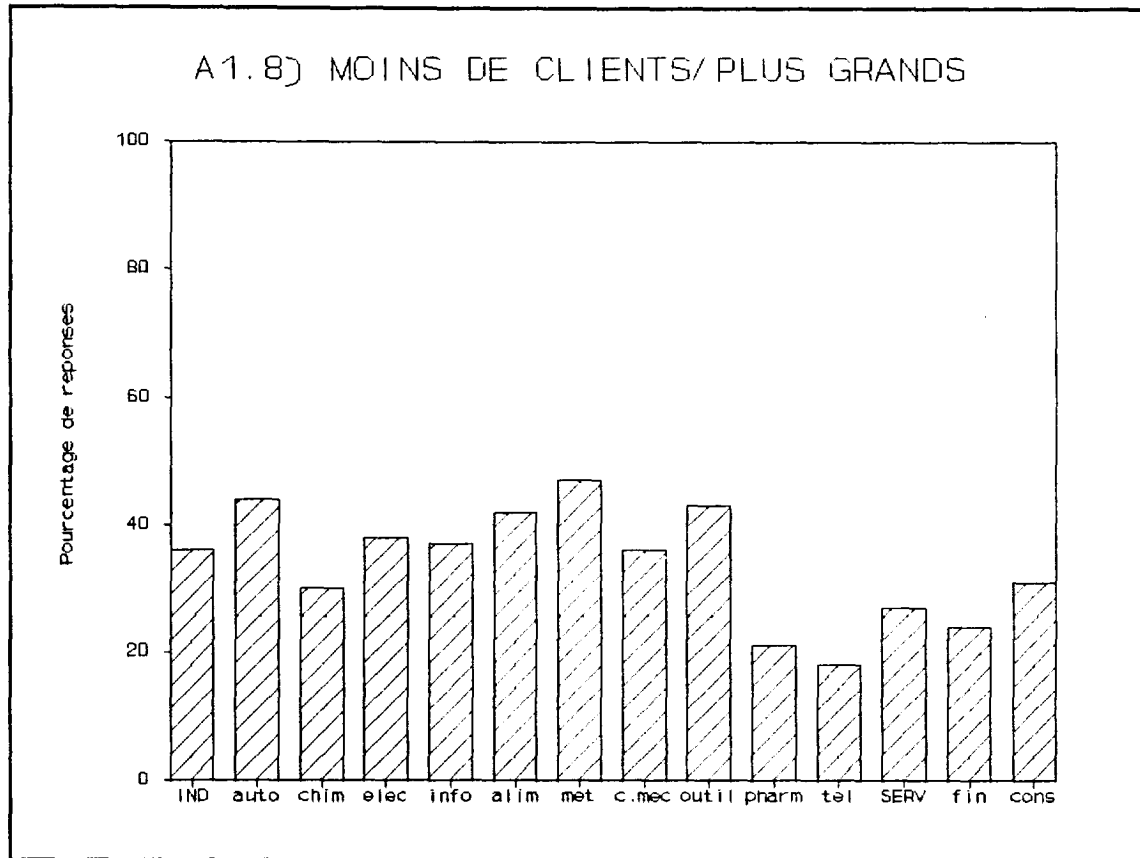


GRAPHIQUE A1.8



Voici quelques observations provenant des interviews:

- + Un banquier allemand: "Les entreprises canadiennes devront traiter avec des entreprises plus importantes. Avec des petites entreprises passées à la taille moyenne, par exemple, et en Allemagne il y aura beaucoup d'entreprises de taille moyenne qui seront efficaces, ... 1992 ne sera pas une révolution, mais une évolution; le 1er janvier 1993, le paysage sera le même. Mais tout ce qui était en préparation se trouve accéléré."
- + Un fabricant d'ordinateurs: "Le phénomène de la grosse entreprise entraînera une politique de prix et de rabais à l'échelle européenne, et des techniques de ventes de haut niveau, avec des marchés conclus au siège européen plutôt qu'au niveau national." Il pense également que, parmi ses clients, certaines sociétés qui font figure de champion dans leur pays seront en difficulté et seront forcées de réduire leurs achats. "Dans quatre ou cinq ans, dit-il, le paysage de la clientèle européenne aura complètement changé."
- + Une entreprise alimentaire suisse de taille moyenne : "Les distributeurs acquièrent maintenant une telle force sur le marché qu'ils peuvent forcer les industriels à leur donner de grosses primes de fin d'année et des services supérieurs. Les prix s'en ressentiront et les petites et moyennes entreprises non spécialisées disparaîtront."

Le graphique A1.9 montre comment les entreprises prévoient ajuster leurs politiques d'achats. Elles s'attacheront en priorité à rationaliser leurs réseaux de fournisseurs, en particulier dans les secteurs de l'automobile, de la construction mécanique et de l'équipement lourd. Ailleurs, dans l'industrie chimique, dans l'industrie alimentaire, dans les métaux et minerais et surtout dans les télécommunications, il s'agira de concentrer les commandes pour tirer le maximum du pouvoir d'achat. Rares seront toutefois les entreprises d'un secteur quelconque qui iront jusqu'à risquer de s'approvisionner à une seule source.