

## Pour les PME : Les Groupements européens d'intérêt économique.

En 1989, la Communauté européenne a créé un instrument juridique qui permet la coopération transfrontalière entre les petites et moyennes entreprises (PME) dans des domaines tels que la R et D, les achats, la production, les ventes ou le traitement informatisé des données. Le nouvel instrument est connu sous le nom de Groupement européen d'intérêt économique. Le GEIÉ a été instauré par contrat plutôt que par incorporation. Le règlement de la Communauté, qui crée cet instrument, n'impose que des obligations minimales en ce qui concerne l'organisation et la gestion de ce groupe et permet divers arrangements financiers. De fait, ce règlement n'exige pas une structure à base de capital pour la formation de ce groupe.

En utilisant le GEIÉ, les petites entreprises peuvent réaliser des économies d'échelle et réduire les risques sans pour autant encourir les frais nécessaires au montage de leurs propres installations, succursales ou filiales et n'ont pas non plus besoin d'investir dans le développement, la production ou la commercialisation de toute la gamme de produits qui les rendent concurrentielles.

Les entreprises canadiennes peuvent participer au GEIÉ si elles sont déjà établies et actives au sein de la Communauté. Bien que le GEIÉ doive être officiellement domicilié au sein de la CE, l'activité principale de ce GEIÉ ne doit pas nécessairement se trouver dans les limites de la Communauté.<sup>3</sup> (cf. Europe 1992 et les lois sur le droit des entreprises, EACEC, janvier 1991).

<sup>3</sup> Commission des Communautés européennes (1989), le groupement européen d'intérêts économiques (GEIÉ): nouvel instrument de coopération économique dans la Communauté (Bruxelles, Dossier européen, avril 1989).

Les deux formes de licences décrites plus haut constituent des moyens relativement directs dont disposent les entreprises pour partager avec d'autres les produits et l'expertise sans avoir à recourir aux complexités d'une collaboration plus étroite. Cependant, le faible degré de coopération font de ces méthodes un instrument qui ne permet pas de réaliser une synergie dans laquelle la coopération soutient un ensemble plus important que la somme de ses composantes.

Les *concessions réciproques de fabrication* sont une forme de concession mutuelle de licences par lesquelles les deux sociétés s'engagent à fabriquer les produits l'un de l'autre.

Dans le cadre d'*accords de commercialisation* ou de *promotion conjointe*, les entreprises s'engagent à mettre en marché ou à promouvoir mutuellement leurs produits. Un accord peut être constitué de concessions réciproques de licences, de campagnes communes de promotion ou bien même de la création d'une entreprise conjointe de commercialisation des produits des deux entreprises. Bien que la plupart de ces ententes ne soient pas constituées de licences ou de redevances, on peut y inclure quelques droits rattachés à l'exploitation du produit. Cette commercialisation commune peut se faire sur une base de frais ou de commissions en pourcentage des ventes.

Quant aux entreprises qui veulent pénétrer de nouveaux marchés, un accord de commercialisation conjointe constitue un bon moyen de tirer parti de réseaux de distribution existants et de la connaissance qu'un allié possède du marché local. Il permet aux entreprises qui détiennent certains produits de venir compléter une ligne déjà existante tout en évitant les coûts élevés et le temps de développement nécessaires.

Les *accords de production conjointe* permettent aux sociétés de collaborer dans le but de produire des biens. Ils permettent à ces entreprises d'optimiser l'utilisation de leurs propres ressources, de partager des ressources complémentaires et de tirer avantage d'économies d'échelle. Les entreprises peuvent collaborer à la fabrication de composants et même de produits finis.

Plusieurs sociétés conseils en ingénierie ont conclu des accords de production conjointe avec des entreprises manufacturières, alors qu'il est courant de voir des fabricants qui sont aussi concurrents au sein d'un même secteur, tel l'automobile et les télécommunications, former une alliance pour fabriquer en commun les composants dont ils ont tous besoin.

