

2. LE CONTEXTE EUROPÉEN

2.1 L'avènement du marché unique et l'industrie de l'informatique

C'est dans le but d'unifier son marché que la Communauté européenne s'est lancée dans une série de réformes de ses structures de fonctionnement, qui doivent toutes entrer en vigueur le 31 décembre 1992, date cible des efforts visant une meilleure diffusion du programme et l'adoption de gestes concrets pour en favoriser la réalisation. L'expression «Europe 1992» est devenue le symbole de ce train de mesures. Dans l'ensemble, «Europe 1992» rehaussera encore la cote de l'Europe dans la liste des priorités des entreprises canadiennes qui envisagent une expansion à l'étranger.

Les 12 membres de la Communauté européenne ont déjà abrogé les barrières tarifaires qui entravaient leurs échanges réciproques. Le programme qui sous-tend l'unification du marché européen vise particulièrement l'élimination des barrières non tarifaires, dans la foulée de principes fondamentaux telles la libéralisation du commerce, l'harmonisation de la réglementation et la coopération douanière. Ce programme découle des 312 propositions exprimées dans le Livre blanc de 1985 de la Commission européenne et sanctionnées par l'adoption par la Communauté de l'*Acte unique européen* de 1987, qui prévoit la création d'un marché unique dans lequel est assurée la libre circulation des biens, des personnes, des services et des capitaux.

L'avènement du marché unique européen aura des effets de deux ordres sur l'industrie de l'informatique, d'une part du point de vue de ses répercussions sur le climat économique en général et, d'autre part, au chapitre des modifications qu'il imposera aux modes de fonctionnement spécifiques du secteur. Certains volets du programme auront une influence prépondérante sur l'industrie des techniques d'information, notamment en ce qui concerne les politiques régissant les marchés publics, la déréglementation des télécommunications, l'harmonisation progressive des normes, la protection des logiciels, la recherche et le développement.

2.2 Les modifications du contexte économique

On a déjà beaucoup parlé des modifications qu'entraînera l'unification du marché européen dans le contexte général de l'activité économique. Grosso modo, elle favorisera la croissance et la multiplication des entreprises multinationales européennes, par le biais de fusions internationales et de la création de réseaux de vente et de distribution à l'échelle du continent. Les distinctions entre les marchés nationaux de la Communauté s'amenuiseront, en même temps que s'uniformiseront la gamme des produits offerts et les prix.

Il est toutefois essentiel de se rappeler que l'unification du marché ne rendra jamais les pays européens aussi homogènes que le sont les États-Unis d'Amérique, où la plupart des secteurs de l'industrie et du commerce sont dominés par des entreprises géantes qui commercialisent leurs marques et leurs produits dans tout le continent. La langue, la culture, la géographie et la simple force de l'inertie continueront d'entretenir les énormes différences qui caractérisent les nations et les régions européennes. De même, toutes les entreprises ne profiteront pas de l'occasion offerte de s'intégrer dans des réseaux continentaux. L'unification du marché aura d'ailleurs pour effet de faciliter la commercialisation dans tout le continent à partir d'assises établies dans un ou deux pays; c'est une voie que préféreront nombre de sociétés, surtout chez les entreprises de petite et moyenne envergure.

Les entreprises canadiennes qui veulent s'implanter en Europe devront compter avec ces mutations et consacrer leurs efforts à découvrir les produits et les réseaux de soutien susceptibles de répondre aux exigences de tous les pays européens. Seules les plus importantes seront en mesure de le faire, car elles disposeront d'intermédiaires de vente et de soutien dans tous les marchés nationaux et régionaux. Pour réussir, les autres devront conclure des alliances, ou encore trouver le moyen de desservir des marchés différents d'un seul point de départ. Le choix du Royaume-Uni, en ce cas, sera souvent avantageux, qu'il s'agisse de bâtir un réseau multinational ou de se donner une assise d'où l'on déploiera des efforts visant des marchés différents.