

grande consommation: "À la gamme de produits offerte par les fournisseurs viendront s'ajouter tous les articles déjà en vente dans les autres Etats membres. Les fournisseurs transfrontaliers y gagneront, mais le consommateur aime la variété et il y aura toujours des possibilités pour les entreprises tournées vers leur propre marché. Ce qui est à l'étalage aujourd'hui, n'y sera peut-être plus après 1992, car les détaillants utiliseront la technologie moderne de gestion d'espace pour maximiser la place disponible, en réévaluant les articles offerts à présent, et créer de la place pour l'offre disponible après 1992."

- + Le directeur européen du marketing chez Lego, le fabricant de jouets danois demande: "Est-ce-que nous avons un produit européen? La réponse est oui chez Lego, mais ce n'est pas le cas pour bien d'autres produits, parfois même s'ils font l'objet d'une grande publicité. Vous pouvez avoir une lessive qui a une forte image de marque dans un pays, mais inconnue dans le pays voisin. Pour vous poser en "européen", il vous faudra sans doute ajuster votre publicité, votre marketing et votre distribution.

"Est-ce-que nous avons des clients européens homogènes? La réponse est non. Les disparités de langues, de climat, de culture, de salaire moyen, etc. créent des préférences et un pouvoir d'achat différents. Les ménages sont les plus grands en Irlande, où le salaire moyen est parmi les plus bas. Les familles les plus aisées se trouvent en Allemagne, avec de grandes différences bien entendu entre les grandes villes et les villages. La tendance générale est à l'apparition d'un 'client européen', mais elle se dessine très lentement."

- + Une entreprise alimentaire suisse de taille moyenne s'évertue à surmonter les barrières nationales: "Notre stratégie consiste à investir dans le produit, dans le marché et dans les circuits de vente. Nous faisons la publicité et la promotion de nos marques au niveau à la fois européen et international. Nous avons déjà créé une marque européenne pour notre confiture et nous utilisons la chaîne de télévision Sky pour notre publicité paneuropéenne.

GRAPHIQUE A5.2

