

Neapolis University

HEPHAESTUS Repository

<http://hephaestus.nup.ac.cy>

School of Economic Sciences and Business

Books

1991

Le defi Europeen: traduit par Florence Paban

Makridakis, Spyros

Les éditions d'organisation

<http://hdl.handle.net/11728/7489>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository

Neapolis University

HEPHAESTUS Repository

<http://hephaestus.nup.ac.cy>

School of Economic Sciences and Business

Books

1991

Le defi Europeen: traduit par Florence Paban

Makridakis, Spyros

Les éditions d'organisation

<http://hdl.handle.net/11728/7489>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository

INSEAD
SPYROS MAKRIDAKIS et coll.

LE DÉFI EUROPÉEN

 *LES ÉDITIONS
D'ORGANISATION*

Si vous n'êtes pas encore informé régulièrement de la parution de nos nouveaux livres, il vous suffit d'envoyer votre carte de visite à :

LES ÉDITIONS D'ORGANISATION

Service Promotion

26, avenue Émile-Zola, 75015 Paris

Vous recevrez périodiquement, à titre gracieux,
les notices de présentation des nouveautés.

LE DÉFI EUROPÉEN

DU MÊME AUTEUR
CHEZ LE MÊME ÉDITEUR

Spyros MAKRIDAKIS et Steven C. WHEELWRIGHT
Méthodes de prévision pour la gestion

La loi du 11 mars 1957 n'autorisant, aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article 41, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (alinéa 1^{er} de l'article 40).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les alinéas 425 et suivants du Code pénal.

INSEAD

**Sous la direction de
Spyros MAKRIDAKIS**

ont participé à la rédaction de cet ouvrage :

**Michelle BAINBRIDGE
Arnoud de MEYER
Yves DOZ
Robert GOGEL
Gabriel HAWAWINI
Dominique HÉAU
Manfred KETS DE VRIES
Claude LARRÉCHÉ**

**André LAURENT
Bernard MAJANI
Danielle MAJANI
Christine MEAD
Eric RAJENDRA
Jonathan STORY
Pierre VALETTE-FLORENCE
Charles WYPLOSZ**

LE DÉFI EUROPÉEN

traduit par Florence PABAN



LES ÉDITIONS D'ORGANISATION

AUX ÉDITIONS D'ORGANISATION

Michel BADOUC

Banques et assurances : réussir l'Europe

Maurice BOMMENSATH

Votre entreprise face à 1992

James W. DUDLEY

Stratégies des années 90 : le défi du marché unique

ERNST et YOUNG, National Institute of Economic
and Social Research

**L'écu, monnaie du succès européen : une stratégie pour
l'écu**

Claude FIORE

La logistique en Europe

François GONDRAND

Parlez-vous eurocrate ? Les mille mots du marché unique

Christian HASSEL

Le marketing industriel européen

Pascal MOURIER et Didier BURGAUD

Euromarketing

Keith THURLEY et Hans WIRDENIUS

Vers un management multiculturel en Europe

Gilles UNTEREINER

Le marché allemand, stratégie pour un challenge

Sommaire

Préface	Pages 11
----------------------	--------------------

Partie A : L'OUVERTURE EUROPÉENNE : SITUATION PASSÉE ET PRÉSENTE

Chapitre 1 - L'ouverture européenne : vers la création du marché unique (Spyros MAKRIDAKIS et Michelle BAINBRIDGE)	19
Chapitre 2 - La Communauté européenne face aux Etats-Unis et au Japon : atouts et handicaps concurrentiels (Spyros MAKRIDAKIS)	43
Chapitre 3 - L'ouverture européenne et la Maison européenne commune de Gorbatchev (Jonathan STORY)	85

Partie B : ASPECTS STRATÉGIQUES DE L'OUVERTURE EUROPÉENNE

Chapitre 4 - Le terrain d'action du marketing face à l'ouverture européenne : force des marques et couverture géographique (Robert GOGEL et Jean-Claude LARRÉCHÉ)	115
---	-----

	Pages
Chapitre 5 - L'industrie manufacturière européenne après la création du marché unique (Arnoud DE MEYER)	135
Chapitre 6 - Marché unique : exigences stratégiques et potentiel des entreprises (Yves DOZ)	157
Chapitre 7 - Management stratégique des entreprises européennes dans les années 1990 (Dominique HÉAU)	183

Partie C :
L'OUVERTURE EUROPÉENNE :
QUESTIONS CULTURELLES ET MANAGÉRIALES

Chapitre 8 - Management multiculturel des entreprises paneuropéennes (André LAURENT)	211
Chapitre 9 - La dimension paneuropéenne du management et des entreprises (Manfred KETS DE VRIES et Christine MEAD)	231
Chapitre 10 - Le consommateur européen : mythes et réalités (Pierre VALETTE-FLORENCE)	253
Chapitre 11 - L'environnement démographique, économique et culturel de la Communauté européenne (Spyros MAKRIDAKIS et Michelle BAINBRIDGE)	271

Partie D :
SECTEUR FINANCIER, SECTEUR BANCAIRE
ET SYSTÈME MONÉTAIRE EUROPÉEN

Chapitre 12 - Politique économique après l'ouverture européenne : perspectives et enjeux (Charles WYPLOSZ)	299
Chapitre 13 - L'intégration européenne et l'avenir du secteur des services financiers (Gabriel HAWAWINI et Eric RAJENDRA)	319

Partie E :
PERCEPTIONS ET RÉALITÉS DE L'EUROPE UNIE

- Chapitre 14** - Un nouvel enjeu européen : l'impact du marché unique européen sur l'industrie de la pâte à papier et du papier (**Bernard et Danielle MAJANI**) 345
- Chapitre 15** - L'ouverture européenne et après : points de vue des entreprises et des gouvernements européens (**Spyros MAKRIDAKIS**) 359

PRÉFACE

Encore un ouvrage sur l'ouverture européenne, me direz-vous.

Ce fut notre première réaction lorsque nous avons envisagé d'écrire sur le sujet. Le marché nous sembla inondé d'ouvrages censés traiter de l'Europe unie et des changements que cette date apporterait. Toutefois, lorsque nous avons réellement cherché un document pour l'exploiter au cours de nos séminaires de l'INSEAD, nous avons réalisé qu'en fait, il était urgent d'écrire un livre qui couvrirait le sujet simplement, s'adresserait aux cadres et fournirait des conseils pratiques aux entreprises déjà présentes en Europe ou cherchant à tirer parti de la création du marché unique. Les ouvrages actuels, même ceux qui titrent « affaires » et « management », sont essentiellement des manuels économiques ou politiques qui éludent les véritables inquiétudes des hommes d'affaires. La stratégie, le marketing, la production et les ressources humaines sont autant de sujets qui n'étaient pas véritablement traités par des ouvrages plus que superficiels de peu d'utilité pour les cadres. En outre, il était peu question de « l'après-1992 » et de ses conséquences sur les entreprises.

L'INSEAD, en tant que premier institut européen des affaires réputé pour la qualité de ses chargés de cours, se fixa pour objectif de présenter les faits, les enjeux et les dangers à un public d'hommes d'affaires. Nous avons cherché à dresser un inventaire exhaustif de tous les aspects du marché unique et de leurs implications pour les entreprises et, par là même, à répondre aux questions qui reviennent sans cesse dans la bouche des cadres.

Nous avons organisé notre ouvrage en cinq parties. Dans une première partie, nous dresserons un tableau de la situation actuelle,