

**SÉRIE : Politique générale, Finance et Marketing**

*dirigée par Yves Simon, Professeur à l'Université Paris Dauphine et au Centre HEC-ISA*

# **L'EURO-ENTREPRISE**

## **Hommage à Sylvain WICKHAM**

**André BABEAU - Gérard de BERNIS  
Alain BONNAFOUS - Egon KEMENES  
Jacques LEBRATY - Alain-Charles MARTINET  
André MICALLEF - Claude QUIN  
Helmut SEIDENFUS - Yves SIMON  
Robert TELLER - Sabine URBAN**

**Préface Brigitte BERLIOZ-HOUIN  
Coordonnateurs Patrick JOFFRE  
et Gérard KOENIG**

*Ouvrage publié avec le concours de la FNEGE*

**G**ESTION



**ECONOMICA**

49, rue Héricart, 75015 Paris

# Sommaire

## PREMIÈRE PARTIE **L'aventure communautaire**

### TITRE I

#### **La Communauté et ses frontières**

- « Intégration européenne - Sans rivage ? », Helmuth S. Seidenfus.
- « Firmes européennes - Vues d'un pays de l'Est », Egon Kemenes.
- « Les conventions de Yaoundé et de Lomé dans la crise », Gérard Destanne de Bernis.

### TITRE II

#### **Différences historiques et convergences actuelles**

- « Le Marché commun des transports ou les cacophonies des déréglementations », Alain Bonnafous.
- « La normalisation comptable européenne », Robert Teller.
- « Les places financières européennes », Yves Simon.
- « Comportements des ménages et innovations financières : spécificités nationales et convergences dans l'espace européen », André Babeau.

## DEUXIÈME PARTIE **La firme européenne**

### TITRE III

#### **Concurrence et coopération**

- « Coopérations entre firmes européennes », Sabine Urban.
- « Marketing symbiotique et Marché commun », André Micallef.
- « L'avenir des entreprises publiques dans la CEE », Claude Quin.

### TITRE IV

#### **Histoire et destinée de firmes européennes**

- « La stratégie européenne du groupe Bull », Jacques Lebraty.
- « Un Euro-groupe français : BSN », Alain-Charles Martinet.

# Table des matières

AVANT-PROPOS, par B. Berlioz-Houin .....	1
INTRODUCTION, par P. Joffre et G. Koenig .....	5

## PREMIÈRE PARTIE L'aventure communautaire

### TITRE I La communauté et ses frontières

Chapitre I. — <b>Intégration européenne: sans rivage?</b> , par H.S. Seidenfus .....	35
1. Le problème de l'intégration à l'intérieur de la CEE ..	36
1.1. Les services .....	37
1.2. La recherche .....	39
1.3. Le système monétaire européen .....	40
1.4. La protection de l'environnement, des consommateurs et des cartels .....	43
2. L'intégration CEE - AELE .....	44
2.1. La force d'attraction de la CEE .....	44
2.2. Les problèmes d'intégration .....	45
2.3. Les étapes vers l'intégration .....	46
3. L'intégration de l'Europe de l'Ouest et du COMECON ..	47
4. Perspectives .....	49
Chapitre II. — <b>Firmes européennes: vues d'un pays de l'Est</b> , par E. Kemenes .....	51
1. L'innovation et la compétition en milieu d'économie socialiste: le cas de la Hongrie .....	53
1.1. L'environnement mondial de l'économie hongroise ..	53

1.2. Le COMECON comme environnement régional de l'économie hongroise .....	54
1.3. L'évolution en Hongrie après la réforme économique en 1968 .....	56
<b>Chapitre III. — Les Conventions de Yaoundé et de Lomé dans la crise, par G. Destanne de Bernis .</b>	<b>61</b>
1. Intégration/désintégration par les prix .....	62
2. Extraversion vs. développement .....	67
2.1. Priorité au « marché » mondial .....	67
2.2. Endettement des « associés » .....	71
2.3. Les faiblesses de Stabex et Sysmin .....	73
3. Conventions et nouveau système productif .....	74
<b>TITRE II</b>	
<b>Différences historiques et convergences actuelles</b>	
<b>Chapitre IV. — Le Marché commun des transports ou les cacophonies des dérèglementations, par A. Bonnafous .....</b>	<b>83</b>
1. Petite histoire des grandes lignes de la Politique Commune des Transports .....	85
1.1. Le contingentement communautaire .....	86
1.2. Des tarifications à fourchette .....	86
1.3. L'harmonisation des interventions financières des États .....	87
1.4. L'harmonisation des conditions sociales et techniques du fonctionnement du secteur .....	89
1.5. La coordination des infrastructures .....	91
2. Obstacles et perspectives de la politique commune des transports .....	93
2.1. Une nécessité mal démontrée .....	93
2.2. Des rigidités sous-estimées .....	94
2.3. Des disparités ineffaçables .....	96
2.4. L'instrument majeur négligé .....	98
<b>Chapitre V. — La normalisation comptable européenne, par R. Teller .....</b>	<b>101</b>
1. Les objectifs de l'évolution du concept de normalisation comptable .....	102
1.1. Le champ d'application de la comptabilité et les raisons de la normalisation .....	102
1.2. La normalisation comptable internationale .....	103

2. La normalisation comptable européenne .....	106
2.1. La 4 <sup>e</sup> Directive et la normalisation des états financiers des entreprises .....	107
2.1.1. Les origines de la 4 <sup>e</sup> Directive .....	107
2.1.2. Les objectifs de la 4 <sup>e</sup> Directive .....	107
2.1.3. Les enjeux de la 4 <sup>e</sup> Directive .....	108
2.1.4. L'annexe .....	109
2.1.5. Le concept d'image fidèle .....	111
2.2. La 7 <sup>e</sup> Directive et la normalisation des états financiers des groupes .....	112
2.2.1. Les objectifs de la consolidation .....	112
2.2.2. Le champ d'application de la consolidation .....	113
2.2.3. Les principes de la consolidation .....	114
2.3. L'état d'application des 4 <sup>e</sup> et 7 <sup>e</sup> Directives .....	115
2.3.1. Présentation générale .....	115
2.3.2. Rapide examen de quelques problèmes liés à l'application de la 7 <sup>e</sup> Directive .....	116
2.4. La 8 <sup>e</sup> Directive et l'harmonisation des conditions de contrôle des états financiers .....	118
2.4.1. Présentation générale .....	118
2.4.2. État d'application de la 8 <sup>e</sup> Directive .....	119
Conclusion : L'état actuel de la normalisation comptable en Europe .....	122
Annexes .....	123
<b>Chapitre VI. — Les places financières européennes,</b> par Y. Simon .....	127
1. Les caractéristiques d'une place financière et les conditions de son développement .....	127
1.1. Une gamme étendue de marchés de capitaux .....	127
1.1.1. Le marché des titres financiers à long terme .....	128
1.1.2. Le marché monétaire et les marchés de capitaux à court terme .....	128
1.1.3. Les marchés à terme .....	128
1.2. Des activités financières et bancaires internationales .....	129
1.3. Les conditions de développement d'une place financière .....	130
1.3.1. Le rétablissement de la liberté des échanges .....	130
1.3.2. L'adaptation de la réglementation et des procédures de contrôle .....	130
2. Les grandes places financières européennes .....	131
2.1. La place financière de Londres .....	131
2.1.1. La Banque d'Angleterre .....	131
2.1.2. Le Stock Exchange .....	131
2.1.3. Les marchés des matières premières .....	132

2.1.4. Les marchés d'options et les marchés à terme d'instruments financiers .....	133
2.1.5. Le marché des euro-devises .....	134
2.1.6. Les autres activités .....	134
2.2. Le renouveau de la place financière de Paris .....	135
2.2.1. La création de nouveaux marchés de capitaux .....	135
2.2.2. La modernisation de la Bourse de Commerce de Paris .....	136
2.2.3. La modernisation de la Bourse des Valeurs ..	136
2.2.4. Le développement des marchés à terme d'instruments financiers et des options sur valeurs mobilières .....	137
2.3. Les places financières suisses .....	137
2.4. La place financière de Luxembourg .....	138
2.5. La place financière d'Amsterdam .....	138
<b>Chapitre VII. — Comportement des ménages et innovations financières : spécificités nationales et convergences dans l'espace européen,</b> par A. Babeau .....	141
1. Le poids important des spécificités nationales dans les comportements financiers des ménages des pays de l'Europe des Douze .....	142
1.1. Les ressources financières des ménages .....	144
1.2. Le taux d'emprunt des ménages .....	146
1.3. Le taux d'investissement des ménages .....	147
1.4. Taux de placements financiers .....	148
1.5. La composition des patrimoines .....	149
2. Innovations financières et convergences des comportements .....	150
2.1. La gestion des encaisses de transaction .....	151
2.2. La gestion des encaisses de précaution .....	152
2.3. L'attitude à l'égard des placements en valeurs mobilières .....	152
2.4. L'attitude à l'égard des produits d'assurance-vie et d'épargne-retraite .....	153
Conclusion .....	154

## DEUXIÈME PARTIE

### La firme européenne

#### TITRE III

#### Coopération et concurrence

<b>Chapitre VIII. — Coopération entre firmes européennes,</b> par S. Urban .....	163
---	-----

1. La coopération entre entreprises européennes: une chance à saisir ou une contrainte contre nature ? . . . . .	164
1.1. Les justifications majeures de la nécessité d'une coopération industrielle à l'échelle européenne . . . . .	164
1.1.1. La coopération industrielle est à l'ordre du jour . . . . .	164
1.1.2. La coopération industrielle précisément à l'échelle européenne . . . . .	166
1.2. Les réticences à la coopération . . . . .	168
1.2.1. Une ambiguïté d'ordre stratégique . . . . .	168
1.2.2. Le rapprochement des situations macroéconomiques limite la justification d'une coopération en matière de production . . . . .	168
1.2.3. Des freins de types institutionnel et culturel existent . . . . .	169
2. La coopération européenne vue de l'Allemagne: une acceptation hésitante . . . . .	170
2.1. Les entreprises concernées . . . . .	170
2.1.1. Le développement progressif du processus de coopération industrielle . . . . .	170
2.1.2. Caractéristiques et composition de l'échantillon . . . . .	172
2.2. Les formes de coopération acceptées ou refusées . . . . .	173
2.3. Recherche de logiques à l'envie de coopérer . . . . .	175
2.3.1. Le profil-type des candidats à la coopération en recherche et développement . . . . .	175
2.3.2. Profil-type de candidats à la coopération financière . . . . .	176
2.3.3. Profil-type des candidats favorables à la coopération de savoir-faire . . . . .	177
2.4. Des voies plus fermes vers la coopération se dessinent . . . . .	179
3. La coopération internationale vue d'Italie: une réalité vivante jugée efficace . . . . .	181
3.1. Un retentissement net de l'idée de coopération . . . . .	181
3.2. Les entreprises italiennes sont conscientes de leurs forces et confiantes dans la qualité de leurs produits . . . . .	181
3.3. La coopération est perçue comme un levier commercial . . . . .	183
 <b>Chapitre IX. — Marketing symbiotique et marché commun, par. A. Micallef . . . . .</b>	 187
1. Le marketing symbiotique comme facteur de polarisation de l'espace européen . . . . .	188
1.1. Macro-management et nouvelles structures concurrentielles . . . . .	188
1.2. Logique territoriale du marketing symbiotique . . . . .	193

2. Le marketing symbiotique européen comme facteur de pénétration des marchés intra-mondiaux .....	196
2.1. Conditions opératoires du marketing symbiotique .....	197
2.2. Illustrations stratégiques et prolongements doctrinaux .....	201
<b>Chapitre X. — L'avenir des entreprises publiques dans la CEE, par C. Quin .....</b>	<b>207</b>
1. Importance économique des entreprises publiques ...	209
1.1. 8,3 millions de salariés, 13,4 % de la valeur ajoutée	209
1.2. Le tournant de 1982 .....	210
1.3. L'interpénétration des capitaux .....	212
2. Déclin, stabilisation ou nouvelle avancée ? .....	214
2.1. Déclin ou stabilisation .....	214
2.2. Quelle économie « mixte » ? .....	217
2.3. Une gestion spécifique et renouvelée .....	219

#### TITRE IV

### Histoire et destinée des firmes européennes

<b>Chapitre XI. — La stratégie européenne du groupe Bull, par J. Lebraty .....</b>	<b>227</b>
1. Les différentes composantes de la stratégie du groupe Bull	229
2. Une constante stratégique transversale: la communication .....	234
<b>Chapitre XII. — Un « euro-groupe français »: BSN, par A.C. Martinet .....</b>	<b>239</b>
1. La maturité à... 20 ans! .....	239
1.1. La constitution du groupe verrier et l'objectif européen .....	240
1.1.1. En juillet 1966, l'acte de naissance de BSN est enregistré .....	240
1.1.2. La conjonction d'une mutation de la demande	240
1.2. La naissance du groupe intégré (1970-73) .....	240
1.3. Les turbulences et l'adaptation dans la crise .....	241
1.4. Le désengagement du verre plat et le déploiement dans l'alimentaire (1979-83) .....	242
1.4.1. La reconstitution des résultats consolidés ..	242
1.4.2. Le déploiement dans l'alimentaire .....	242
1.5. L'entrée dans l'alimentaire de luxe et l'extension de l'épicerie .....	242
1.6. La campagne d'Italie .....	243
2. Un véritable groupe industriel .....	243
2.1. L'émergence du groupe BSN .....	244

---

2.2. Un groupe industriel .....	245
2.3. Un « euro-groupe français » .....	247
3. Un déploiement européen et des incursions extracontinentales .....	248
3.1. BSN dans le monde en 1986 .....	248
3.2. Une stratégie progressive sur la longue période ..	250
3.3. Des stratégies fonctionnelles fortement affirmées	253
3.3.1. Une rationalisation industrielle persévérante	253
3.3.2. Une adaptation réussie au marketing grande consommation .....	254
3.3.3. Une stratégie financière rigoureuse et imaginative .....	254
3.3.4. Une gestion sociale « avant-gardiste » .....	255
4. Le management de BSN : l'aptitude à concilier les contraintes ? .....	255
4.1. Gestion stratégique et gestion opérationnelle ....	256
4.2. Focalisation sur le leader et sur les comportements	256
4.3. Vision longue et flexibilité .....	256
4.4. Économique et social .....	257
Conclusion .....	258
AUTEURS .....	259