

# Bibliographie critique

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **BookReview**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **51 (1993)**

Heft 2

PDF erstellt am: **21.09.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## **BIBLIOGRAPHIE CRITIQUE**

**Jean-Pierre Jeannet et Hubert D. Hennessey**  
**GLOBAL MARKETING STRATEGIES,**

**Houghton Mifflin Company, Boston, 1992**

### **Les stratégies du marketing global**

Le livre commence avec une révision des différentes phases du marketing, c'est-à-dire marketing domestique, marketing d'exportation, marketing international, marketing multinational, marketing multirégional et enfin marketing global. Les auteurs ont choisi une approche managériale. Ils mettent l'accent sur certaines caractéristiques du marketing global et international qui sont plus générales et qui peuvent être appliquées par les dirigeants dans tous les secteurs d'industrie et partout dans le monde. Les auteurs sont d'avis qu'aujourd'hui, pour réussir sur le marché global, il ne suffit pas d'avoir une large connaissance et compréhension de la culture, mais il faut aussi savoir utiliser une planification stratégique moderne. A la fin du livre, l'accent est mis sur les aspects pratiques du marketing global en incluant plusieurs exemples récents d'entreprises renommées et d'études de cas qui traitent les questions de marketing international en détail.

Le marketing global est considéré comme la dernière phase dans le développement du marketing international. C'est pour cela qu'une grande partie du livre est consacrée au marketing international. Pourtant les auteurs pensent que le marketing global n'est pas un nouveau terme du marketing international traditionnel. Ils considèrent que les éléments du marketing global sont différents de ceux du marketing international traditionnel. Le marketing global consiste à fixer une stratégie unique pour le produit, le service, ou l'entreprise pour un marché global, c'est-à-dire plusieurs marchés ou pays en même temps. L'objectif est de tirer profit des points communs des différents marchés. Cela signifie qu'au lieu de créer des stratégies sur mesure pour chaque marché, l'entreprise se fixe une stratégie générale pour tous les marchés. Cela nécessite que l'entreprise qui choisit l'approche globale de marketing ait une connaissance suffisante dans le domaine de l'exportation et du marketing international. Pour fixer une stratégie globale, il faut comprendre l'environnement culturel, économique et politique des pays cibles. En plus, il est rare de trouver des stratégies de marketing global qui ne nécessitent pas des ajustements locaux.

Certaines entreprises comme Ford standardisent ou globalisent de plus en plus leurs produits pour profiter de l'économie d'échelle. D'autres, comme Toyota ou Nissan par exemple, personnalisent de plus en plus leurs produits pour les adapter de mieux en mieux aux désirs des consommateurs. Ces entreprises n'ont pas un "design" global, par contre elles standardisent les composants de leurs produits. Il faut trouver le point optimal entre la globalisation et la personnalisation des produits. Cela est vrai pour tous les autres éléments du marketing mix. Le défi des dirigeants est de trouver des stratégies de marketing qui sont adéquates dans le plus grand nombre possible de marchés.

Ce livre est intéressant dans le sens où les lecteurs ont l'occasion d'apprendre de A à Z le marketing global. Les auteurs expliquent très clairement les avantages et les limites d'un tel marketing en restant neutres tout au long du livre. De plus, le langage et les exemples sont très clairs et compréhensibles. Il est évident qu'aucun livre ne peut donner une formule "prêt-à-porter" du marketing global pour toutes les entreprises. En outre, il n'est pas très facile de distinguer et de séparer les éléments du marketing international, du marketing global et du marketing local. C'est le défi du marketing qui demande du bon sens au moins autant que des connaissances théoriques, si ce n'est plus. En effet l'économie d'échelle n'est pas une théorie nouvelle. Si on veut prendre en considération le désir des consommateurs -noyau du marketing d'aujourd'hui- la standardisation n'est pas toujours la meilleure solution, surtout au niveau des éléments de marketing.

Roya BAFANDI

\* \* \*

**Kamran Kashani**

**MANAGING GLOBAL MARKETING,**

**PWS-KENT, Boston, 1992**

### **Gestion du marketing global**

Le livre traite de la réalité et des défis des marchés globaux et présente un contexte managérial dans lequel il prépare le lecteur à apprendre le marketing global. L'auteur a consacré une grande partie de son livre à un large choix d'études de cas de management qui sont considérées comme un guide pour développer des points de vues et des compétences dans l'analyse des problèmes et la prise de décisions sur un marché global. Une des caractéristiques les plus importantes des cas est le fait qu'ils traitent d'entreprises multinationales, sans qu'aucune nation ait une dominance particulière. Une autre caractéristique réside dans le fait que les cas sont basés sur des recherches récentes et qu'ils sont faciles à lire. Tout en présentant les informations nécessaires pour l'analyse et la prise de décision, ils ne sont ni longs ni complexes.

Le cas Lestra Design est un exemple des séries de cas présentées dans le livre. Lestra Design est une entreprise française, leader dans le domaine du duvet sur le marché français. Le président de l'entreprise, M. Claude Léopold décide d'entrer sur le marché japonais pour le duvet et l'édredon. Le cas montre les difficultés que l'entreprise a eues pour entrer sur le marché japonais dues, en grande partie, aux adaptations nécessaires pour rendre le produit attirant pour les Japonais. D'abord, il fallait des changements de couleur, de "design" et de taille. Les Japonais utilisent rarement des duvets rouges, roses ou noirs. Ils préfèrent des couleurs pastels avec des dessins de fleurs. Ensuite, il y a eu le problème de qualité: il fallait supprimer les poussières qui sortaient en frappant le produit. Puis le problème de prix au détaillant: le prix de détail était deux fois plus élevé au Japon qu'en France. De nouveau, le problème de qualité s'est présenté. Cette fois, il s'agissait de la formule chimique utilisée pour laver la couverture. En plus, ils ont découvert que Lestra Design n'utilisait pas la même densité de fil par centimètre carré que la plupart des fabricants de duvets au Japon. Un autre problème se posa au niveau de la communication avec un dirigeant japonais, dont les connaissances du français étaient limitées. M. Léopold s'est trouvé à la fin avec trois éventualités. Première éventualité: vendre les dessins originaux sous licence; les duvets seraient fabriqués au Japon. Deuxième éventualité: Lestra Design achète des tissus japonais et produit les duvets en France. Troisième éventualité: acheter des tissus allemand correspondant à ceux du Japon, pour pouvoir dessiner et fabriquer en France.

C'est un livre utile pour les étudiants et ceux qui sont encore prêts à apprendre dans un cadre académique. Le livre commence par un guide pour analyser un cas. L'auteur a structuré son livre en trois parties. La première partie est consacrée à une introduction aux marchés globaux et au marketing global. Elle prépare à une vue d'ensemble de la globalisation et des stratégies nécessaires dans ce contexte. Dans cette partie les cas montrent la divergence entre les perspectives du management local et celles du siège central. La deuxième partie du livre traite de la stratégie globale du marketing. Le processus de prise de décision et les contributions du siège central et du management local sont discutés dans ce chapitre. La troisième partie du livre étudie les défis des gestionnaires face au marketing global. Chaque chapitre commence par une introduction concernant le thème du chapitre, qui est utile comme base théorique. Le choix des cas est pertinent; ils traitent des différents sujets qui sont importants pour l'analyse du marketing global, à savoir: marché et marketing globaux, analyse d'opportunité, politique de produit, communication, distribution, fixation des prix, programmes de marketing global et enfin la mise en oeuvre de la stratégie globale.

Roya BAFANDI

*première assistante, Ecole des HEC,  
Université de Lausanne*

\*\*\*

**Geneviève Grangeas & Jean-Marie Le Page**

**ECONOMIE DE L'EMPLOI,**

**PUF, Paris, 1993, 234 pp.**

"Economie du chômage" aurait été un titre plus adéquat pour cet excellent petit livre: sur dix chapitres, les neuf premiers comportent le mot "chômage" dans leur titre et même le dernier ("Les politiques de l'emploi") est axé principalement sur la lutte contre le sous-emploi. Or chômage et emploi peuvent occasionnellement évoluer de manière largement indépendante. Ainsi, en Suisse, rien ne distingue, du moins jusqu'ici, le comportement de l'emploi au cours de l'actuelle récession de son comportement pendant la récession précédente (1982) alors que le chômage connaît actuellement une poussée sans précédent. Autrement dit, des replis conjoncturels du même ordre de grandeur se sont traduits par des baisses presque identiques du volume de l'emploi, mais le chômage n'a que peu augmenté dans un cas alors qu'il a crû fortement dans l'autre.

Pour ce qui est du chômage, les auteurs commencent par mettre en évidence sa nature nécessairement floue du point de vue statistique et ils montrent clairement combien il est illusoire de vouloir connaître à tout prix le "vrai" taux de chômage, le seul, l'unique, l'authentique. Les chômeurs constituent en effet une "population" fort hétérogène, les cas-limites ou peu clairs sont nombreux et la frontière entre population active, chômeurs y compris, et population dite non active ne ressemble en rien à la ligne précise qui, sur une carte ou sur le terrain, sépare un Etat d'un autre.

Comme il se doit, l'essentiel du livre est consacré aux différentes théories qui ont été avancées pour expliquer l'existence du chômage et son évolution dans le temps: chômage frictionnel lié aux coûts d'information et d'opportunité ainsi qu'au caractère dynamique de l'activité économique (théories du *job search* et du salaire de "réservation"); chômage dit classique dû à des salaires réels plus élevés que le niveau d'équilibre et explications mettant l'accent sur la rigidité des salaires, comme celle dite des contrats implicites (mais dont les auteurs montrent fort bien les insuffisances); chômage volontaire résultant de choix intertemporels entre loisirs et travail; chômage keynésien ou conjoncturel lié à la faiblesse de la demande dans les marchés des biens et services; chômage mixte (en partie classique et en partie keynésien) et, plus généralement, analyses formulées en termes de déséquilibres sur les différents marchés dans le cadre de ce que certains appellent la macroéconomie "européenne" - encore que cette dernière soit un peu passée de mode aujourd'hui et qu'à notre avis les auteurs lui font une trop belle part; le modèle insiders-outsiders qui met l'accent sur le pouvoir de marché (market power) des détenteurs d'emploi par rapport aux chômeurs; la théorie du salaire dit d'efficacité selon laquelle ce seraient les employeurs qui, se comportant de manière optimale, fixeraient délibérément des salaires trop élevés par rapport à leur niveau



d'équilibre walrassien; le chômage structurel, l'inadéquation de l'offre et de la demande de main-d'oeuvre et le rôle possible d'un marché du travail segmenté; et enfin la tendance du chômage à s'auto-perpétuer, c'est-à-dire l'hypothèse d'hysteresis.

Ces différentes explications théoriques, dont quelques-unes sont mutuellement exclusives alors que d'autres peuvent être complémentaires, sont présentées de façon claire et concise. Des mathématiques, il est fait un usage modéré là où cela est indispensable. Des personnes non formées à l'économie politique moderne y trouveront cependant de quoi nourrir leur réflexion si elles consentent à sauter les démonstrations formelles. Pour les étudiants, c'est un excellent survol (survey) de la question. Dans le programme d'économie politique à l'Université de Lausanne, par exemple, ce livre pourrait être utilisé avec profit dans la troisième et dernière année de licence ou, à titre d'introduction, dans le programme postgrade. Bien entendu, le livre est écrit en français, mais il aurait aussi bien pu l'être en anglais tant il est vrai que le fossé est aujourd'hui pratiquement comblé qui séparait, il y a deux ou trois décennies, la littérature économique en anglais de celle en français.

Le livre n'offre pas de synthèse des différentes explications du chômage et c'est en vain qu'on y chercherait une "théorie unifiée". Cela se comprend sans peine: une telle synthèse reste à faire et, dans le domaine du chômage, l'analyse économique souffre plutôt, aujourd'hui, d'un certain embarras de richesses. Cela est certes regrettable mais on ne saurait le reprocher aux auteurs de ce qui est, comme dit, un survey raisonné et non pas une tentative originale d'unification des différents modèles ou l'élaboration d'une nouvelle théorie.

L'ouvrage n'est pas que théorique et il comporte de nombreuses données et illustrations statistiques dont la plupart se rapportent aux principaux pays de l'OCDE. Quant au contexte institutionnel du sous-emploi, il concerne largement la France - peut-être un peu trop, à notre avis, pour des lecteurs non hexagonaux. La Suisse n'y est, sauf erreur, mentionnée qu'une fois, à la page 179, et cela dans les termes suivants: "Dans le même ordre d'idées [aide au retour des travailleurs étrangers], on pourrait citer l'exemple des mesures prises en Suisse; dès 1974-1975 le nombre de travailleurs étrangers fut réduit, ce qui permit d'y maintenir le plein emploi dans les années quatre-vingt". Ce dernier membre de phrase est un peu rapide: rien ne dit en effet que le plein emploi n'aurait pas pu être retrouvé et maintenu en Suisse après la récession de 1975-1976 si la main-d'oeuvre étrangère ne s'était pas contractée à cette occasion (et cela en bonne partie, on l'oublie trop souvent, suite à la rotation naturelle de la main-d'oeuvre étrangère, c'est-à-dire au non remplacement de travailleurs étrangers partis spontanément). Le fait est que la main-d'oeuvre étrangère augmenta de nouveau dès 1977-1978, avec une forte poussée dès le milieu des années quatre-vingt. En outre, le non départ d'une fraction de la main-d'oeuvre étrangère en 1975-1976 aurait empêché la récession d'alors d'être aussi profonde qu'elle ne l'a été.

Bien entendu, il n'y a pas loin des diagnostics aux remèdes et ces derniers sont pratiquement toujours présents dans le livre, même si c'est en filigrane. Ce n'est cependant que dans le dernier chapitre que les remèdes sont abordés en tant que tels. Regrettons à cet égard que les auteurs n'aient pas pris une position plus claire et plus tranchée quant aux solutions s'inspirant de l'idée d'un partage du travail. D'un point de vue suisse, cela aurait été fort utile à l'heure actuelle où ce genre de solutions ou prétendues solutions est souvent mentionné.

Techniquement, le livre est bien fait et on y trouve peu d'erreurs, d'imprécisions ou autres imperfections. Relevons cependant que sommaire et contenu ne se recouvrent pas toujours; ainsi, le titre de la deuxième section du deuxième chapitre est donné comme "Les modèles de job search" dans le sommaire et comme "L'analyse du chômage frictionnel" dans le texte. Quelquefois la mise en page aurait pu être plus soignée - ainsi, par exemple, à la page 46 où il y a des lignes blanches inutiles et qui nuisent à la présentation. Autre détail: traduire l'expression anglaise "moral hazard" par "hasard moral" est critiquable dans la mesure où en anglais "hazard" signifie "risque" ou "danger" (cf. The Oxford Dictionary of Current English); il vaut sans doute mieux, dès lors, traduire "moral hazard" par "risque moral" ou, mieux encore, par "aléa moral". Mais, répétons-le, ce ne sont là que des vétilles n'enlevant rien à la valeur du livre, lequel comporte encore une bibliographie fort complète et à jour ainsi qu'un index.

Jean-Christian LAMBELET

*HEC, Université de Lausanne et Institut de  
Hautes Etudes Internationales, Genève*

\* \* \*

**Alain Boutat**

## **LES TRANSFERTS INTERNATIONAUX DE TECHNOLOGIE**

**Collection Science des systèmes, Presses universitaires de Lyon, 1991,  
270 pages**

Parmi les ouvrages traitant ce sujet, on trouve des points de vue divergeants sur le caractère bénéfique ou néfaste des transferts internationaux de technologie. Le livre d'Alain Boutat n'entre pas dans la polémique sur l'insertion des pays en développement dans le système économique mondial. Laissant toute idéologie de côté, l'auteur examine un ensemble de concepts, méthodes et principes d'organisation pouvant être utilisés pour la pratique des transferts de technologie.

L'auteur définit le transfert de technologie comme le "procès par lequel un regroupement complexe de connaissances organiques et empiriques, diversement associé à des réalisations techniques ou à des supports de communication, est diffusé, selon des modalités négociées, en vue de mettre ses acquéreurs en situation d'atteindre un ou plusieurs buts articulés autour d'un processus de transformation de matière, d'énergie et/ou d'information, dans le cadre d'un projet en rapport avec leur environnement".

En effet, un transfert technologique ne se limite pas à la cession d'éléments techniques. Il faut non seulement considérer les procédés, les supports de communication, les équipements et le savoir-faire mais aussi toute une série de services qui sont d'une importance particulière dans la mesure qu'ils sont supposés influencer sur l'efficacité de l'entreprise réceptrice. Avant que le transfert à proprement parler intervienne, le détenteur de la technologie doit fournir un "service avant la vente" dont l'objectif est de permettre à l'acquéreur de définir ses besoins et de formuler le projet. Le "service durant la vente" est lié à la réalisation des activités du projet. La disponibilité et la qualité du "service après vente" sont déterminantes dans les relations entre partenaires.

Le processus de transfert technologique se décompose en différents niveaux : la conception, l'organisation, l'exécution et le contrôle des activités de diffusion retenues. Ces étapes sont imbriquées les unes dans les autres et l'on a souvent affaire à des circuits de rétroaction à l'intérieur de la structure interne du système de transfert et entre celle-ci, l'environnement du système (technique, économique, social, politique, ...) et les ressources (matérielles, financières, humaines, ...) à disposition pour le projet adopté.

Donc, le processus de transfert technologique fait non seulement appel au savoir de fabrication mais également aux capacités organisationnelles. C'est pourquoi l'approche de gestion est à la base de la méthodologie et du modèle proposés par Alain Boutat. Une gestion efficace doit "assumer les différentes fonctions du système et les processus qui font que ces fonctions (...) se valorisent réciproquement. Il s'agit par conséquent de processus d'intégration concrets, vécus par des agents de transfert dont les activités doivent être dans une certaine mesure planifiées, encadrées, coordonnées, contrôlées, donc gérées au mieux."

Le modèle porte le nom de "O.I.S.I.E.", issu de l'abréviation de ses quatre composants "Outputs, Inputs, Système Interne, Environnement". En fonction des besoins de chaque situation, on considère les inputs du système et les buts des acteurs en tenant compte de l'importance des facteurs environnementaux avant de formuler un projet de transfert technologique satisfaisant les parties en présence. Dans un premier temps, le modèle proposé définit un état de choses souhaitables, puis il exprime un système à créer, dont on estime les entrées, les sorties et le "mode de comportement" des acteurs. Il s'agit de mettre en place une organisation apte à orienter les inputs vers les outputs au moyen d'une structure ordonnée dotée d'indicateurs permettant de mesurer le degré de réalisation des missions intermédiaires. Il serait souhaitable que les différences consta-



tées dans la réalisation des projets fassent l'objet de négociations en vue de les adapter aux objectifs visés par les intéressés. S'il s'avère qu'une situation est non conforme à ce qu'elle était supposée être, on doit en conclure que :

- soit les apports techniques étaient incohérents d'un point de vue technique ou économique, ou alors inadaptés à l'environnement,
- soit que la mise en oeuvre du projet a été défectueuse.

Dans les deux cas, le modèle "O.I.S.I.E." permet d'ajuster les flux technologiques et les moyens de leur transfert dans une perspective d'adaptation du système à son environnement.

Quant à la forme du livre, elle est particulièrement attrayante. L'auteur s'exprime dans un style éloquent avec un vocabulaire riche et précis. De plus, le texte est illustré par des graphiques soignés et contient de nombreux tableaux récapitulatifs. Cet ouvrage attire l'attention sur la complexité des problèmes liés aux transferts technologiques. Il n'est pas un mode d'emploi donnant des solutions toutes prêtes. En effet, chaque transfert de technologie étant particulier, il n'existe pas de recette miracle. Les instruments d'analyse évoqués permettent de se poser des questions et de structurer les idées en vue d'établir une démarche possible. Ce modèle est un outil d'aide à la décision. A mon avis, la première clé du succès du livre repose sur la juste considération de la particularité et de la complexité de chaque situation.

Ana Cristina TORRADO  
*assistante, Ecole des HEC*  
*Université de Lausanne*

\* \* \*

**Klaus W. Grewlich**

## **EUROPA IM GLOBALEN TECHNOLOGIEWETTlauf : DER WELTMARKT WIRD ZUM BINNENMARKT**

**Avec la collaboration de Werner Weidenfeld, Wolfgang Coy, Gerd Junne, Henning Klodt, Rolf Linkohr, Bernhard Sälzer; Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh, 1992 (352 p.)**

Les perspectives d'un grand marché européen ont fait apparaître une multitude de théories, souvent contradictoires, sur les politiques technologiques à suivre pour favori-

ser la compétitivité des entreprises face aux géants américains et japonais. Les polémiques qui en résultent, sans doute prenantes au niveau des principes, se présentent généralement comme des querelles subtiles lorsque l'on n'a pas de cas réels à étudier.

Se refusant à jeter une pierre supplémentaire dans ce gué, Klaus Grewlich s'appuie sur sa longue expérience des organisations internationales pour analyser, dans son intéressant ouvrage, les potentialités et les déficits technologiques au sein de la Communauté Européenne (CE). A partir d'un examen de la situation dans des secteurs aussi importants que la micro-électronique, les techniques de l'information, l'électronique de grand public ou les télécommunications, il propose des stratégies concrètes en vue d'une orientation efficace de la recherche-développement en Europe.

Un rapide regard en arrière permet de s'apercevoir que la CE a déjà consenti des efforts non négligeables sur la voie de l'intégration technologique, notamment à travers ses programmes-cadres, dotés de près de 15 millions d'ECU entre 1984 et 1994. Il reste cependant beaucoup à faire pour tirer suffisamment parti de cette politique, dont la mise en oeuvre soulève encore de nombreuses questions :

- Peut-on renforcer l'assise technologique des entreprises sans interventionnisme étatique exacerbé ?
- Comment s'assurer que les régions européennes les plus développées ne profiteront pas en priorité des fonds d'encouragement communautaires ?
- Quels sont les moyens à déployer pour compenser les désavantages des PME par rapport aux grands groupes généralement privilégiés en matière de financement ?
- Que faire pour éviter une « guerre de subventions » entre l'Europe, les Etats-Unis et le Japon dans les industries d'avenir ?
- Comment maîtriser conjointement les progrès scientifico-technologiques et les changements sociaux qui en découlent ?
- Les efforts d'intégration technologique, comme le programme EUREKA par exemple, ont-ils apporté les effets initialement souhaités ?
- Que faut-il entreprendre pour parvenir à une véritable mobilisation européenne des ressources et des compétences ?

Klaus Grewlich tente d'apporter des réponses précises à ces questions. Conscient de la nécessité des facteurs d'accompagnement, il aborde également les problèmes liés à la standardisation industrielle, à la normalisation internationale et à la protection des informations, avant d'en tirer des recommandations pour les instances politiques et les entreprises.

L'ouvrage, de lecture allemande aisée, s'appuie sur l'hypothèse selon laquelle la communauté technologique européenne est un instrument capital d'intégration politique.

Une idée-force s'en dégage : les innovations d'avenir dépassent largement le cadre étroit des capacités nationales, et ne peuvent être réalisées que par des actions concertées à l'échelle communautaire, où la riposte aux «défis» américain et japonais est appelée à s'organiser.

Dans cette perspective, Grewlich parie sur l'abandon des pratiques héritées du passé, notamment l'éparpillement de ressources rares dans la mise en oeuvre fragmentée de projets complexes. Les Européens ont, par exemple, développé, à grands frais, pas moins de dix systèmes de télécommunications différents jusqu'à la fin des années 80, contre trois aux Etats-Unis et deux au Japon. L'essentiel est finalement de savoir comment la CE devrait se préparer pour s'engager dans l'ère nouvelle de la civilisation de la connaissance.

Les solutions préconisées par l'auteur, introduites par Werner Weidenfeld, responsable du groupe de travail «Europe» à l'Université de Mayence, sont analysées par cinq experts du monde scientifique et politique dans la deuxième partie du livre.

Wolfgang Coy, professeur d'informatique à l'Université de Brême, s'intéresse aux implications des propositions de Grewlich sur les techniques de l'information. Il y voit un apport non négligeable dans un domaine si fréquemment occulté dans les débats sur la politique technologique communautaire.

Gerd Junne, professeur de relations internationales à l'Université d'Amsterdam, examine la nature et l'ampleur du «défi japonais», avant de relativiser la menace que font peser les firmes de l'Empire du Soleil-Levant sur l'industrie européenne.

Henning Klodt, spécialiste en économie publique, minimise quelque peu les effets de la dépendance technologique européenne, en mettant en exergue les conséquences fâcheuses qu'aurait une course aux subventions dans les «prétendues technologies-clés» recensées par Grewlich.

Deux membres de la Commission européenne de l'énergie, de la recherche et de la technologie, Rolf Linkohr et Bernhard Sälzer, étudient, sous l'angle politique, les recommandations de l'auteur. Le premier s'attache à apprécier les déséquilibres régionaux dans la CE et les suites à donner à la politique technologique actuelle, tandis que le second s'attarde sur la dimension mondiale des stratégies à déployer. Dans l'ensemble, les contributions des deux parlementaires vont dans la direction suggérée par Klaus Grewlich.

Le mérite de l'ouvrage est sans doute d'avoir su mettre l'accent sur des solutions pratiques dans chacun des thèmes abordés. L'exploitation d'une documentation sélective et, au-delà des aspects bibliographiques, le cadre dans lequel a émergé ce captivant travail ne surprendront vraisemblablement pas les partisans du «réveil européen».

On peut néanmoins regretter la timidité de l'analyse économique, qui risque de partager les lecteurs en deux camps : ceux qui se trouveront rassurés en percevant l'«euro-

pessimisme» ambiant malmené, et ceux qui auront le sentiment de flirter avec un «euro-optimisme» empreint de militantisme.

Quoi qu'il en soit, il convient de reconnaître que le financement et le développement des technologies de pointe ne constituent pas une panacée. La réduction significative du chômage, par exemple, qui se situe en l'occurrence autour de 10% de la population active, y est d'autant plus improbable qu'elle dépend non seulement de la coordination des politiques économiques des Etats, mais aussi d'un regain nettement sensible de la croissance mondiale. Qui plus est, l'impact du grand marché ne semble pas suffisant pour intégrer les industries aujourd'hui cloisonnées, où il s'agit de gérer à la fois les acquis communautaires, les spécificités locales et l'internationalisation des connaissances appliquées.

En conclusion, l'ouvrage de Klaus Grewlich, bien qu'il soit par certains côtés discutable, se révèle d'une grande richesse, et propose de nombreux sujets de réflexion quant à la place de l'Europe dans le nouveau paysage techno-industriel en gestation.

Alain BOUTAT

*Lausanne*