

## ONZIEME RENCONTRE INTERNATIONALE DU GERPISA ELEVENTH GERPISA INTERNATIONAL COLLOQUIUM

Les acteurs de l'entreprise à la recherche de nouveaux compromis ?  
Construire le schéma d'analyse du GERPISA

Company Actors on the Look Out for New Compromises  
Developing GERPISA's New Analytical Schema

*11-13 Juin 2003 (Ministère de la Recherche, Paris, France)*

### **L'INTERET STRATEGIQUE DES PERIPHERIES DU SYSTEME AUTOMOBILE EUROPEEN**

*Jean-Bernard LAYAN*  
*Université Montesquieu – Bordeaux IV*  
*IFREDE – E3i*

La géographie automobile européenne a été au cours du dernier quart de siècle profondément bouleversée par la multiplication de sites de production nouveaux au sein des zones périphériques du vieux continent, essentiellement au sud (péninsule ibérique) et à l'Est (Europe centrale). Pays peu industrialisé jusque dans les années 70 l'Espagne est aujourd'hui avec plus de 3 millions de véhicules assemblés chaque année le troisième pays automobile européen et le cinquième mondial. Les productions annuelles de la Pologne, de la République tchèque, de la Turquie avoisinent ou dépassent les 500 000 véhicules et, sans atteindre ces volumes, des pays comme la Hongrie connaissent des taux de croissance exceptionnels. Au-delà du montage final c'est aussi la fabrication annuelle de centaines de millions d'euros de composants et de pièces. Cette croissance industrielle est portée par une véritable envolée des exportations, la part de ces pays dans les exportations mondiales de la filière ayant décuplé au cours des trente dernières années (moins de 1% en 1970, 10% aujourd'hui).

Le développement de l'industrie automobile au sein des périphéries automobiles européennes est le résultat d'un processus d'intégration au système industriel régional dont témoignent le caractère intrabranche et surtout l'orientation intrarégionale des échanges de ces nouveaux pays automobiles. Alors que les quinze pays de l'Union européenne actuelle n'étaient destinataires que d'une part minoritaire des exportations automobiles de l'Europe du sud du début des années 70, ils offrent aujourd'hui la quasi-totalité des débouchés de la zone. De même l'Union européenne est devenue au cours de la décennie 90 la cible commerciale quasi-exclusive de l'industrie automobile renaissante des ex-démocraties populaires. La place de ces périphéries au sein du système automobile européen est profondément réévalué, frôlant aujourd'hui les 20% des importations des pays membres alors qu'elles en représentaient dix fois moins il y a trente ans.

L'insertion de ces industries au système régional doit beaucoup à l'évolution du contexte politique et institutionnel et aux changements majeurs que constituent l'avènement de la démocratie, l'ouverture aux échanges ou la construction européenne. Mais il est surtout le résultat d'un processus d'expansion des firmes européennes au sein de ces régions,

processus dont nous tenterons ici de comprendre les motivations. Après avoir dégagé et interrogé en première partie l'ensemble des avantages compétitifs que les constructeurs comme les grands équipementiers espèrent trouver au sein de ces nouveaux espaces, nous montrerons en deuxième partie que cette convergence stratégique des firmes ne débouche pas sur une unicité des processus d'internationalisation, la place de ces espaces dans l'organisation industrielle comme dans le schéma stratégique de chaque firme pouvant être très différent.