



#IEE60

CARTE BLANCHE

Réflexion collective '60 ans en 6000 signes' dans le cadre du soixantième anniversaire de l'IEE-ULB

En 2024, l'Institut d'études européennes de l'ULB (IEE-ULB) a soixante ans ! Pour scander cette année anniversaire et très « européenne », il convie ses membres à réfléchir à des questions fondatrices de l'intégration européenne en 1964 et toujours d'actualité en 2024. Dans une forme courte et accessible, nos chercheurs proposent un portrait en mosaïque de l'Europe, entre continuités et mutations. Les auteurs sont libres de leurs propos qui ne représentent pas une position officielle de l'IEE-ULB.

Dans un monde en profonde mutation, le Marché unique européen est-il encore un véritable atout ?

Fabienne Ilzkovitz

Professeur en économie européenne à la Solvay Brussels School of Economics and Management, ULB.

Le Marché unique européen est certes un atout pour les entreprises européennes. Mais plus de trente ans après sa mise en place, comment le redynamiser en tenant compte des nouveaux défis auxquels fait face l'Union européenne ?

The European Single Market is certainly an asset for European businesses. But more than thirty years after its creation, how can we revitalise it while taking into account the new challenges facing the European Union?

Lorsqu'à la moitié des années 80, Jacques Delors lance le projet de création du Marché unique européen, son objectif principal est de réactiver le processus d'intégration européenne en panne depuis le début des années 70 et de donner aux entreprises européennes un atout pour raffermir leur compétitivité au niveau mondial en bénéficiant d'un marché plus large, plus concurrentiel et donc plus propice à l'innovation. Aujourd'hui, alors que l'on vient de célébrer le 30ème anniversaire du Marché unique, l'heure est au bilan.

Tout d'abord, force est de constater que le Marché unique n'a pas vraiment répondu à toutes les attentes. Il a certes contribué à renforcer l'intégration des marchés des biens et, dans une bien moindre mesure, des services, il a permis de créer un environnement plus concurrentiel et a donné aux entreprises les moyens d'être plus efficaces en s'appuyant sur un marché de grande taille. Toutefois, depuis le début des années 2000, on observe une augmentation de la concentration, surtout dans les industries du numérique, qui va de pair avec une augmentation des profits et avec un moindre dynamisme des entreprises.

Par ailleurs, le Marché unique n'a pas été un vecteur suffisant de promotion de l'innovation et d'amélioration de la diffusion des innovations : on observe un écart croissant entre le top 5% des entreprises les plus performantes qui arrivent à améliorer leur productivité en exploitant des nouvelles technologies et qui gagnent des parts de marché, et les autres entreprises. Si cette évolution peut découler d'une saine émulation résultant des forces de la concurrence, elle peut aussi conduire des entreprises disposant d'une position dominante à en abuser et à créer des barrières à l'entrée de nouveaux concurrents, nuisant à l'innovation future. Les actions menées contre les géants du numérique, tels que Google et Amazon, en témoignent et démontrent le rôle essentiel de la politique de concurrence européenne pour un bon fonctionnement du Marché unique.

Finalement, si l'Union européenne a réussi à développer des spécialisations dans des biens à contenu élevé et moyen en technologie (automobile, pharmacie) et dans des services à intensité élevée en connaissance, elle est à la traîne dans un certain nombre de secteurs d'avenir, comme la biotechnologie et le numérique, où elle se fait devancer par les Etats-Unis et la Chine. Mais, même dans l'automobile, les ventes mondiales de véhicules électriques produits par des entreprises européennes (telles que Volkswagen) sont devancées par celles d'entreprises américaines (Tesla) et chinoises.



La question se pose donc de savoir comment mieux utiliser le potentiel du Marché unique et quels sont les changements à apporter dans sa stratégie. Pour répondre à cette question, il convient d'identifier les grandes évolutions à l'œuvre depuis 30 ans et de voir quelles en sont les conséquences pour le fonctionnement du Marché intérieur.

Tout d'abord, le nombre d'Etats membres est passé de 15 en 1993 à 27 aujourd'hui et ce nombre pourrait s'accroître dans le futur. L'hétérogénéité entre les Etats membres de l'Union européenne s'est accrue, ce qui augmente le risque de fragmentation du Marché unique. Il est donc essentiel de s'assurer que les directives européennes qui permettent d'assurer la réalisation du Marché unique soient correctement transposées et mises en œuvre. Des outils, tels que le tableau d'affichage du Marché unique ou le groupe de travail sur la mise en œuvre du Marché unique, contribuent à cet objectif. Mais il y a place pour un engagement politique plus ambitieux de la part des Etats membres, par exemple, en se fixant un objectif plus élevé de réduction du déficit de transposition.

Deuxièmement, le rôle des services dans l'économie a fortement augmenté au cours des 30 dernières années, leur part représentant plus de 70% de la valeur ajoutée européenne mais seulement 22% des échanges entre Etats membres. La mise en œuvre de la Directive 'services' s'avère décevante et environ 60% des barrières aux activités transfrontalières de services enregistrées en 2002 continuent à constituer des obstacles injustifiés au développement de ces activités. On a donc atteint les limites de ce qui peut être réalisé sur base de cette directive européenne et l'on doit définir une nouvelle approche en impliquant davantage les Etats membres dans la définition d'une stratégie plus focalisée, par exemple ciblant des obstacles concrets dans des secteurs clés.

En troisième lieu, l'Union européenne s'est fixée des objectifs ambitieux en matière numérique (la boussole numérique) et environnementaux (le Pacte vert) et le Marché unique doit davantage contribuer à ces objectifs. Sur la période récente, des efforts ont été effectués pour réduire la fragmentation du marché européen numérique et de l'énergie en éliminant des barrières réglementaires et en améliorant les infrastructures digitales et d'interconnexion des marchés nationaux de l'énergie. Mais cet effort doit être renforcé, notamment en lançant davantage de projets de grande envergure impliquant plusieurs Etats membres, par exemple dans le cadre de Projets Importants d'Intérêt Européen Commun.

Finalement, les crises récentes ont démontré la nécessité d'accroître la résilience du Marché unique, en réduisant la dépendance de l'Union européenne dans un nombre de domaines clés (médicaments, semi-conducteurs) et en développant des capacités européennes dans des industries stratégiques. La nouvelle politique industrielle de l'Union européenne vise à atteindre ces objectifs. Le Marché unique doit certes rester ouvert mais le nouveau contexte géopolitique doit être pris en compte et il faut éviter aux entreprises européennes la concurrence déloyale des entreprises étrangères. Là aussi, des instruments ont été mis en place, tels que le règlement sur les distorsions causées par les subventions étrangères au sein du Marché unique. Ceci représente un vrai changement de paradigme en comparaison de la philosophie dominante au moment de la création du Marché unique qui accordait peu de valeur à une politique industrielle européenne stratégique et interventionniste.

Mais, d'une manière plus générale, la question se pose de savoir si l'Union européenne n'est pas trop souvent à la traîne dans ses réactions et s'il ne faudrait pas mettre en place de nouveaux outils permettant de mieux anticiper les développements futurs plutôt que de s'y adapter a posteriori. Ceci impliquerait un changement radical dans la gouvernance du Marché intérieur s'appuyant davantage sur des analyses prospectives portant sur le fonctionnement des marchés et permettant d'identifier ceux qui fonctionnent mal et quelles sont les raisons de ces dysfonctionnements. Dans ce domaine, on pourrait s'inspirer des initiatives récentes prises en Allemagne (« New Competition Tool ») et au Royaume-Uni (« Market Investigation Tool ») qui permettent de mettre en œuvre des mesures en cas de problèmes constatés. Ceci permettrait de convaincre les Etats membres du bien-fondé des réformes proposées et de définir des stratégies « gagnant-gagnant », c'est-à-dire des mesures qui bénéficient à la fois au Marché intérieur et aux citoyens de l'Union.

Pour conclure, Le Marché unique constitue un véritable atout pour l'Union européenne mais sa stratégie et sa gouvernance doivent être adaptées pour faire face aux nouveaux défis et au nouveau contexte géopolitique.

