

central qui les introduirait dans une base complète de données.

2. *Comblent nos lacunes en matière de renseignements commerciaux* Les informations disponibles aux niveaux municipal, provincial, fédéral et international devraient être recueillies, regroupées et introduites dans le système. Pour mettre sur pied une base complète de données comme celle que JETRO* offre aux entreprises japonaises, il faudrait étudier tous les documents publiés sur le commerce: rapports officiels, exposés de principes, rapports statistiques, articles de journaux et de revues, répertoires et brochures. La collecte de données pourrait se faire en collaboration avec des associations commerciales et des groupements comme la Chambre de commerce et on pourrait lancer des projets de recherche et d'étude complémentaires dans le secteur public ou privé.

3. *Relier les utilisateurs visés* Les petites et moyennes entreprises doivent pouvoir accéder facilement à l'information contenue dans le système. Il faut prévoir que les grandes entreprises, les associations et groupes commerciaux et tous les pouvoirs publics en seraient aussi de grands utilisateurs et il faudrait étudier sérieusement une forme quelconque d'adhésion.

4. *Revoir et mettre à jour les données* Le Comité a constaté que les données stockées étaient souvent inexactes et incomplètes. En faisant connaître l'existence de renseignements complets sur les marchés, on pourrait inciter ceux qui sont inscrits à mettre leurs données à jour et ceux qui ne le sont pas à participer au système. Toutefois, les efforts déployés ne sont suffisants ni pour obtenir des renseignements, ni pour élargir la base de données afin qu'elle soit complète.

La centralisation et le regroupement présentent de réels avantages pour les renseignements sur les marchés. Outre un rendement accru, un système de données sur les marchés bien coordonné peut

entraîner des économies d'argent en réduisant le temps et les efforts nécessaires pour s'informer. De même, lorsque toutes les données sont disponibles dans un système centralisé, les utilisateurs sont en mesure de profiter rapidement des débouchés commerciaux, ce qui est indispensable sur un marché concurrentiel.

Information de base sur la politique d'exportation

L'absence d'informations de base sur la politique d'exportation est une grave lacune. Des données aussi simples que celles touchant, par exemple, le rendement des petites et moyennes entreprises en matière d'exportation ou le profil des maisons d'import-export, n'existaient pas ou n'étaient pas facilement accessibles. Dans d'autres domaines-clés, comme les marchés mondiaux de projets de biens d'équipement ou la composition et la nature des exportations multinationales, les données étaient soit clairsemées, soit dépassées. Nous pensons que les travaux du Comité ont contribué à faire progresser la base de données sur la politique d'exportation.

De toute évidence, Industrie et Commerce doit concentrer davantage ses efforts d'analyse sur les politiques et les stratégies que sur les opérations. Le Canada essaie de maintenir sa place dans un monde où l'analyse compétitive est essentielle à la prise de décision.

Il semble qu'à Industrie et Commerce on commence à insister davantage sur les politiques que sur les opérations, mais dans les domaines que le Comité a étudiés, il estime que l'analyse des politiques et des stratégies n'a pas été aussi poussée qu'elle aurait dû l'être. En outre, le ministère de l'Industrie et du Commerce devrait surveiller les changements de comportement de façon que les décisions puissent être prises en fonction de leurs répercussions. En montrant que la base actuelle de données ne lui paraissait pas satisfaisante, le Comité a probablement été assez clair sur la qualité des renseignements disponibles en matière de politique commerciale. C'est maintenant aux décisionnaires qui ont besoin des renseignements et à ceux qui sont responsables de les fournir de prendre l'initiative.

* JETRO est un système de renseignements commerciaux financé par le gouvernement japonais et qui a pour objet de répondre aux besoins des petites et moyennes entreprises. Les frais d'adhésion et le paiement des services spéciaux représentent 20 à 30 pour cent des frais d'exploitation de ce système.