

*[Text]*

Very importantly, the buyer knows that if he goes to an export trading house his request is not going to be shelved or postponed because it is from some unheard-of place. The export trading house has to take exports seriously if it wishes to survive.

The contribution of the trading house then is as a problem-solver for both the Canadian manufacturer wishing to export and for the overseas purchaser wishing to buy in Canada.

I have mentioned how trading houses solve other people's problems. Trading houses have their own difficulties. They fall mainly into three areas: first, financing; then hesitancy on the part of the manufacturers; and third, lack of government recognition.

There are few problems as far as the buyers are concerned. The trading-house concept is well established throughout Central America, Asia, Africa, the Caribbean and Europe.

Let us mention finance first. Canadian banks have traditionally been very cautious about financing export sales. At the moment statements are being made that this situation is changing. We would also like to see some changes in very practical matters such as handling letters of credit, quoting exchange rates accurately, and running overseas credit checks within a reasonable time.

## • 1420

The Export Development Corporation's policies do not always appear to offer the speed or flexibility we would like to see. It is particularly serious for trading houses, because I do not think EDC takes us very seriously.

Manufacturers: when we first go to a manufacturer, we sometimes feel the manufacturer is afraid of a loss of sales. We have to explain the opportunities and procedures. We have to emphasize that the manufacturer's existing export markets will in no way be jeopardized. A trading house must also explain its ability to provide increased sales.

These preparatory discussions must be carried out carefully. The manufacturer and trading house must be fully aware of the role each is to play; the responsibilities and the cost to be incurred by both sides. Once these discussions have been held, the reaction is usually very positive and the manufacturers work with the trading houses very effectively.

*[Translation]*

Fait très important, l'acheteur sait que s'il fait appel à une maison de commerce, sa demande ne va pas être laissée sur une étagère ni rangée dans un dossier de choses à régler plus tard, parce qu'elle provient d'une source inconnue. La maison de commerce doit prendre au sérieux les demandes qui lui sont adressées si elle veut survivre.

La maison de commerce est donc un intermédiaire grâce auquel tant le fabricant canadien qui veut exporter des produits à l'étranger que l'acheteur d'outre-mer qui veut acheter des produits de fournisseurs canadiens peuvent s'épargner des problèmes.

J'ai parlé de la façon dont les maisons de commerce peuvent régler les problèmes de leurs clients. Mais les maisons de commerce ont leurs propres problèmes. Les difficultés auxquelles elles font face se répartissent en trois grandes catégories: d'abord, le financement; puis, les hésitations des fabricants; et troisièmement, leur manque de crédit auprès du gouvernement.

Pour ce qui est de trouver des acheteurs, les maisons de commerce éprouvent peu de difficulté de ce côté-là. Elles sont des intermédiaires bien acceptées partout en Amérique centrale, en Asie, en Afrique, dans les Caraïbes, de même qu'en Europe.

Parlons d'abord du problème financier. Les banques canadiennes se sont toujours montrées très circonspectes en matière de financement des exportations. A l'heure actuelle, si l'on en croit certaines déclarations, il semble que la situation soit en train de changer. Nous aimerions aussi voir se produire un certain nombre de changements d'ordre très pratique, en ce qui a trait notamment à la remise des lettres de crédit, à l'établissement avec exactitude des taux de change, de même qu'à la conduite d'enquêtes sur la solvabilité des clients étrangers dans un délai raisonnable.

Les politiques de la Société pour l'expansion des exportations ne nous donnent pas toujours satisfaction pour ce qui est du temps prévu pour la réalisation des objectifs et de la souplesse des mécanismes prévus. La situation est particulièrement grave pour les maisons de commerce, parce que je ne crois pas que la SEE nous prenne très au sérieux.

Qu'en est-il des fabricants? Lorsque nous allons rencontrer un fabricant pour la première fois, nous sentons quelquefois chez lui une crainte de perdre des ventes. Nous devons lui expliquer les possibilités et les marchés à suivre. Nous devons insister sur le fait que les marchés où il exporte déjà des produits ne seront d'aucune façon menacés. Une maison de commerce doit aussi expliquer aux fabricants qu'elle est capable de lui faire augmenter ses ventes.

Ces discussions préliminaires doivent être menées avec beaucoup de soin. Le fabricant et la maison de commerce doivent être pleinement conscients du rôle et des responsabilités de chacun, de même que des coûts que chacun devra assumer. Une fois ces discussions terminées, la réaction des fabricants est habituellement très positive et la collaboration entre ces derniers et les maisons de commerce est très efficace.