

ments étrangers de l'entreprise (*voir aussi le chapitre VI*);

- 6) coordonner et gérer les projets à l'étranger;
- 7) suivre l'évolution des technologies nouvelles en vue de leur adaptation aux divisions existantes, et contrôler la vente de vieilles technologies aux pays moins développés;
- 8) coordonner les activités pour optimiser l'effet des stimulants gouvernementaux à l'exportation.

Découverte, évaluation et mise en valeur des nouveaux débouchés

La société de commerce qui suit de près les développements mondiaux est en excellente position pour inciter l'entreprise à exploiter de nouveaux débouchés, à diversifier son exploitation, à investir à l'étranger, à se lancer dans des coentreprises, à décider de l'emplacement d'installations, à acquérir de nouvelles techniques et à vendre ou céder sous licence de la vieille technologie. Elle peut se charger du commerce des produits des autres compagnies, mais cela ne se produirait vraisemblablement que lorsque les fonctions originelles auraient été exercées. Il faut se souvenir que la plupart des sociétés de commerce créées par des entreprises ont pour mandat d'appuyer ou d'étendre les opérations *existantes* en assurant les services ou fonctions susmentionnés; leur rôle

n'est pas d'abord de s'occuper de nouveaux groupes de produits.

Des avantages supplémentaires découleraient de l'adoption d'une stratégie à plus long terme reposant sur une perspective mondiale, d'une gestion d'exploitation qui serait protégée des problèmes de l'exportation, ainsi que des effets synergiques éventuels d'une concentration dans un seul domaine des diverses fonctions reliées à l'exportation. Un solide engagement et le travail d'équipe sont évidemment les conditions préalables de la réussite.

Conclusion

Si nous acceptons le principe que la capacité d'adaptation au marché et la globalisation des activités de l'entreprise sont indispensables à la survie de nombreuses industries canadiennes, ce type de société de commerce peut s'avérer un mécanisme organisationnel approprié.

REMERCIEMENTS

Le Groupe de travail remercie de leur apport les 200 maisons de commerce qui ont pris de leur temps pour remplir le questionnaire de l'enquête, ainsi que les personnes dont les noms suivent pour le rôle qu'elles ont joué dans le travail de recherche indispensable à la rédaction du rapport.

M. Victor Altmejd
Président
Ralimpex International Inc.
Montréal (Québec)

M. Stanley Ansong
Président
Debrah Anson Group Inc.
Willowdale (Ontario)

Mme Anne C. Aurelius
Gérant principal
Financement du commerce international
Barclays Bank of Canada
Toronto (Ontario)

M. Reginald L. Barclay
Secrétaire général
Seaboard Lumber Sales Co. Ltd.
Vancouver (Colombie-Britannique)

M. Salim Berberi
International Board of Marketing Assoc.
Montréal (Québec)

M. Gilles Bouchard
Division de l'infrastructure
Direction des services professionnels
Agence canadienne de développement
international
Hull (Québec)

M. Geoffrey Bruce
Vice-président
Direction générale de la coopération
avec le monde des affaires
Agence canadienne de développement
international
Hull (Québec)

Mme Lorraine J. Andras
Directrice, Expansion du commerce
Ministère de l'Industrie et du Commerce
Toronto (Ontario)

M. A. Arseneault
Conseiller principal en commercialisation
Ministère des Pêches et Océans
Ottawa (Ontario)

Mme Anne E. Balcer
Trésorier adjoint
Morgan Guaranty Trust Company
New York, New York

M. Chris. V. Bauer
Président
Northam Food Trading Inc.
Montréal (Québec)

M. Jorge Bernard
Directeur, Commerce international
British Metal Canada
Toronto (Ontario)

M. James S. Brown
Conseiller en marketing international
Direction du commerce international
et de l'investissement
Ministère de l'Industrie et du Commerce
Hearst Block, Queen's Park
Toronto (Ontario)

M. C. Edward Buchner, III
Vice-président
Morgan Guaranty Trust Company
New York, New York