

---

Si ces chiffres sont exacts et si cette tendance à la hausse se poursuit, le Comité ne peut qu'en venir à la conclusion que les exportateurs canadiens devront se familiariser avec le système des transactions non monétaires s'ils veulent accroître leurs perspectives commerciales au cours des années 80. Toutefois, le Canada ne possède pas encore les connaissances et les aptitudes nécessaires pour tirer profit de ces possibilités. Tant que nous n'aurons pas comblé ce manque de compétence, nous dépendrons des experts étrangers.

### **CROISSANCE DES MAISONS D'IMPORT-EXPORT**

La croissance et l'expansion continues des maisons d'import-export\* dans le monde entier ont naturellement intéressé tout particulièrement le Comité. Elles ont depuis toujours joué un rôle important dans le commerce international. Grâce à elles, des pays comme le Japon, la République fédérale d'Allemagne, la Grande-Bretagne et le Danemark ont connu de grands succès commerciaux. Nous avons donc étudié ces institutions et leur pertinence au contexte canadien.

Bon nombre de témoins ont prévenu le Comité que les modèles étrangers, notamment les sogo-shosha du Japon, ne pourraient être adaptés au contexte des entreprises canadiennes. Nous convenons que ces institutions ont évolué au cours des années dans des cultures uniques et ne peuvent être transplantées dans notre système. En même temps, ces sociétés jouent un rôle vital et, dans certains cas, elles dominent même les réseaux d'échanges. En étudiant l'expansion des maisons d'import-export, nous pourrions comprendre leurs méthodes, la concurrence qu'elles se livrent, les services qu'elles offrent à leurs clients, les fonctions qu'elles assument et la mesure dans laquelle leurs activités sont devenues des facteurs-clés du succès commercial.

Les maisons d'import-export ont constitué pendant des siècles des réseaux commerciaux internationaux pour le Japon, la Grande-Bretagne, les Pays-Bas, la République fédérale d'Allemagne, la

France, le Danemark, et plusieurs autres pays. Elles se livrent à toutes les formes d'échange: exportations, importations et de plus en plus, échanges entre pays tiers. Dans le cas du Japon, les maisons générales d'import-export ont servi d'intermédiaires à des groupes d'entreprises manufacturières, en commercialisant leurs produits et en achetant pour elles des matières premières. A l'heure actuelle, les neuf principales sogo-shosha détiennent 50 à 55 pour cent du commerce extérieur du Japon et leurs ventes équivalent presque au quart de son PNB. En fait, les ventes globales des neuf sogo-shosha sont équivalentes au PNB du Canada.

Par opposition, les maisons d'import-export européennes sont issues du lien entre les pays colonisateurs et leurs colonies. D'autres fournisseurs étaient libres de commercer sur ces marchés et d'y imposer une concurrence directe mais, pour y réussir, il leur fallait triompher de liens solides souvent historiques et déjouer les réseaux de renseignements bien développés que les maisons d'import-export avaient mis sur pied. L'aptitude à conserver la loyauté du fournisseur demeure une différence importante entre la méthode japonaise et celle adoptée par les maisons d'import-export européennes et nord-américaines. Ces dernières ne s'attendent pas à la loyauté du fournisseur et ne l'ont pas. Lorsque le fournisseur ne retire aucun avantage important de cette relation, il a tendance à se lancer dans la commercialisation directe de ses propres produits à l'étranger. Toutefois, cela n'a pas empêché certaines sociétés européennes importantes et dynamiques de continuer à occuper une position solide dans le commerce mondial.

Le succès des maisons d'import-export a encouragé plusieurs pays à créer leurs propres sociétés. La Corée est le pays qui a imité le mieux le modèle japonais en mettant sur pied en 1975 un réseau de maisons générales d'import-export. L'approche adoptée par la Corée consistait à séparer les fonctions de mise en marché des manufacturiers existants et à les regrouper dans des maisons d'import-export au service de groupes industriels. Le nom de maison générale d'import-export est réservé aux organisations qui répondent à certains critères: les exportations doivent représenter au moins deux pour cent des exportations de la Corée; les ventes de cinq produits distincts doivent dépasser, pour

---

\* Aussi nommées maisons de commerce