

Chapitre 7

Mesures générales de renforcement des milieux d'affaires

Dans les chapitres précédents, le Comité a proposé la création d'une Société canadienne de commerce qui jouera un rôle important pour accroître notre potentiel commercial et améliorer nos exportations. En même temps, nous avons pu évaluer et comprendre les problèmes auxquels se heurte notre secteur commercial, et nous sommes absolument convaincus qu'il convient de prendre d'autres mesures pour renforcer la présence de chaque entreprise sur les marchés d'exportation.

Les propositions présentées dans ce chapitre débordent du cadre de notre mandat. Toutefois, pour trouver une solution à la question de la Société nationale de commerce, il a fallu étudier à fond la situation actuelle des milieux d'affaires. En outre, de nombreux témoins, en décrivant leurs problèmes, ont fait des propositions qui cadrent bien avec les besoins des sociétés commerciales en général et avec leur aptitude à jouer un rôle plus important. En examinant soigneusement leurs recommandations et leurs suggestions, nous avons découvert plusieurs domaines pour lesquels, à notre avis, il y aurait lieu de faire des efforts supplémentaires. C'est le cas notamment des renseignements commerciaux, des subventions à l'exportation et de certains programmes et stimulants en matière d'exportation.

RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX

Il est indispensable d'obtenir des renseignements commerciaux pour faire des échanges internationaux. Au niveau des entreprises, les renseignements sur les marchés sont vitaux pour savoir où se trouvent les débouchés et ce qu'il faut faire pour en profiter. Les hommes d'affaires dépendent également des renseignements portant sur l'évolution des tendances et de la concurrence pour mettre au point des stratégies et établir des plans d'attaque des marchés étrangers. Le gouvernement a besoin de ces renseignements pour établir un contact entre les fournisseurs canadiens et les

acheteurs sur les marchés étrangers. Il se sert en outre des renseignements obtenus pour élaborer et ajuster ses politiques et programmes destinés à orienter et à stimuler les exportations.

Dans le monde des affaires, il n'y a rien de plus important que les renseignements commerciaux. Les pays concurrents du Canada le savent depuis longtemps et, grâce à leurs agences et entreprises, ils ont établi des réseaux d'information qui leur servent beaucoup. Le Canada s'est aussi rendu compte de l'importance cruciale de l'information pour être efficace au niveau opérationnel, stratégique et décisionnel. Toutefois, le Comité est d'avis que le Canada n'a pas agi assez rapidement et n'a pas consacré les ressources nécessaires pour combler le fossé concurrentiel qui le sépare des autres nations. Les deux domaines qui nous inquiètent le plus sont les renseignements sur les marchés et les informations de base relatives à la politique commerciale.

Renseignements sur les marchés

Jusqu'à présent, nous avons compté sur le «bon vieux» réseau des délégations commerciales et sur les annuaires commerciaux pour obtenir des renseignements sur les marchés. Cette méthode convenait lorsque nous vendions des produits de base sur les marchés traditionnels. Cependant, l'évolution des marchés et les nouvelles techniques commerciales exigent un changement de notre système de renseignements sur les marchés. Les nouveaux types de transactions commerciales comme celles avec les pays tiers ou les transactions non monétaires, exigent une vaste connaissance des produits et des marchés. En outre, l'évolution des débouchés a donné une importance accrue à la qualité des renseignements. Alors que, dans le passé, nous évoluions en terrain connu, aujourd'hui nous pénétrons souvent sur des marchés où le Canada manque de connaissances et d'expérience.