

*[Text]*

for a particular market or product does not justify the expenditure of those resources. It is important to realize that for many companies it is just not practical to export directly.

We talked a little about problems facing manufacturers. What about the overseas buyer? Does he face problems? First of all, does he think of contacting Canada? And if he does, may he encounter problems?

Unfortunately, many overseas buyers do not think of contacting Canadian sources. We are not well established as a supplier in all areas. Even if he does decide to seek Canadian sources, the buyer may have difficulty in identifying them. Even if he identifies them, it may be his request is too small to warrant attention from the manufacturer or it covers a very wide range of equipment, so the manufacturer is reluctant to respond.

Suppose he does contact the manufacturer. Suppose a contract is negotiated. He may still have problems. Very often for buyers purchasing in Canada for the first time, and for companies who are not familiar with exporting, unexpected delays arise; the paper-work burden becomes considerable; unexpected costs are incurred; and altogether the experience is one neither side wishes to repeat.

So there are problems for both sides, the manufacturer in Canada and the purchaser overseas. There are many problems other than those I have mentioned, but these are relevant to this discussion because they are problems that can be solved by the use of trading houses.

A trading house acts as an intermediary between the buyer and the seller. Sometimes there are no other intermediaries; sometimes there are several. One manufacturer may be involved, or a number. There may be one seller, or a number.

Many different types of transactions can occur. Some are entirely monetary; some involve barter, three-way trading. It is necessary in the export market to be very flexible. The trading houses in the private sector can provide this flexibility.

There are also many sizes of trading houses in existence, from the one-person operation to the giant Japanese companies.

The fact that all these exist demonstrates that there is a need for a variety of companies, a variety of methods of operation. In the business world, any entity which serves no useful purpose will not exist for very long.

*[Translation]*

ait ses ressources, mais que les possibilités afférentes à un marché donné ou à un produit donné ne justifient pas l'utilisation des ressources en question. Il importe de bien se rendre compte que pour bon nombre de compagnies il n'est tout simplement pas indiqué sur le plan pratique d'exporter directement des produits.

Nous avons quelque peu parlé des problèmes auxquels les fabricants font face. Qu'en est-il de l'acheteur d'outre-mer? Est-ce qu'il fait face à des problèmes? Et d'abord, envisage-t-il de faire des affaires avec le Canada? Dans l'affirmative, peut-il se heurter à des difficultés?

Malheureusement, bon nombre d'acheteurs d'outre-mer ne songent pas au Canada lorsqu'ils pensent aux pays qui pourraient leur fournir des produits. Notre réputation comme fournisseur de produits n'est pas bien établie dans toutes les régions du monde. Qui plus est, l'acheteur qui décide de se tourner vers le Canada peut avoir de la difficulté à trouver le nom de fournisseurs. S'il y parvient, il se peut alors que sa demande de produits soit trop peu importante pour susciter l'intérêt du fabricant ou qu'elle s'étende à un éventail tellement large de biens que le fabricant hésitera à l'accepter.

Supposons qu'un acheteur parvienne à entrer en contact avec un fabricant et qu'un contrat soit négocié. L'acheteur n'est pas au bout de ses peines. Très souvent, quand un acheteur s'approvisionne au Canada pour la première fois, et auprès de compagnies qui ne connaissent pas bien le marché de l'exportation, il se produit des retards indus, les formalités administratives deviennent un fardeau considérable, des coûts non prévus doivent être assumés, et, tout compte fait, l'expérience se solde par un bilan négatif pour les deux parties.

Des deux côtés donc, du côté du fabricant canadien et du côté de l'acheteur de l'étranger, il y a des problèmes à surmonter. Les problèmes que j'ai mentionnés ne sont pas les seuls, il y en a beaucoup d'autres. Si j'ai choisi ceux-là, c'est parce qu'ils sont pertinents au sujet de notre discussion, étant donné que le recours à des maisons de commerce pourrait permettre d'y apporter une solution.

Une maison de commerce agit en qualité d'intermédiaire entre l'acheteur et le vendeur. Quelquefois, il n'y a pas d'autre intermédiaire; quelque fois, il y en a plusieurs autres. Il se peut qu'un seul fabricant soit concerné, comme il se peut qu'il y en ait plusieurs. Il se peut qu'il n'y ait qu'un seul vendeur, comme il se peut qu'il y en ait quelques-uns.

Bien des types de transactions sont possibles. Certaines sont purement monétaires; certaines incluent du troc, des échanges trilatéraux. La souplesse est une nécessité sur le marché de l'exportation. Les maisons commerciales du secteur privé offrent cette souplesse.

En outre, les maisons de commerce existantes vont de la petite entreprise exploitée par une seule personne aux compagnies japonaises géantes.

Le fait qu'il existe autant de compagnies différentes prouve que les besoins justifient l'existence d'une variété de compagnies et d'une variété de méthodes. Dans le monde des affaires, toute entité inutile est appelée à disparaître à court terme.