

« Vous devez vous engager à exporter au niveau de l'administrateur en chef et du conseil d'administration; si la direction de l'entreprise n'appuie pas pleinement ce type d'activité, vous aurez beaucoup de difficultés à mener à bien votre programme. »

Mais l'engagement envers l'exportation comporte un coût qui doit être connu. Pour de nombreuses raisons, faire des affaires à l'étranger coûte habituellement beaucoup plus cher que chez-soi. Premièrement, il est fréquent de devoir adapter le produit et les documents de promotion. Deuxièmement, les voyages à l'extérieur du pays sont une nécessité. Troisièmement, il peut se passer un bon moment avant qu'une première vente ne se réalise. Mais le plus important de tout, peut-être, est le coût imputé au salaire des cadres :

« Je pense que le plus important (facteur) est probablement l'engagement d'exporter pris par les cadres supérieurs en descendant ... non seulement sur le plan financier, mais également sur le plan professionnel. Vous ne pouvez tout simplement pas acheter un projet. Vous devez travailler et donner à votre entreprise l'infrastructure nécessaire pour le poursuivre. C'est donc le plus important. »

*Raymond Gladu
Directeur, marketing
SNC Inc.*

L'engagement d'exportation de Westinghouse Canada est décrit au Profil 3.

Les entreprises s'engagent à exporter pour un certain nombre de raisons. Certaines sont pratiquement dépendantes des marchés étrangers. On le voit dans le cas de Western Packaging Systems Ltd.; pour son président Peter Sewell,

« Une entreprise canadienne s'occupant de produits industriels ferait mieux d'avoir des cadres intéressés à vendre à l'étranger parce que la taille du marché canadien ne peut appuyer l'innovation requise pour être un leader dans la vente d'un tel produit. »

Plusieurs entreprises nous ont dit qu'il fallait « exporter ou disparaître »; Dicon Systems Limited, Produits Belle Baie Ltée, Canparts Automotive International Ltd. et TannerEye Ltd. ont jugé dès le début qu'elles se devaient d'exporter. L'exportation a donc été un élément nécessaire de leur première stratégie corporative. Seaboard Lumber Sales et Canpotex Limited entrent également dans cette catégorie, ayant été constituées uniquement pour l'exportation.

D'autres entreprises disent qu'elles se sont vu forcées d'exporter parce que confrontées à des marchés intérieurs en stagnation ou en maturation, et que l'exportation était un moyen de croissance.