

pansion des marchés dans l'économie nationale. Les études dans des écoles de commerce sont subventionnées, ce qui facilite la transmission de renseignements généraux sur la façon de faire des affaires dans le marché intérieur. Les programmes d'éducation financés avec des fonds publics encouragent aussi l'élaboration de réseaux d'information alors que les étudiants établissent des contacts pendant leurs études. Le gouvernement fédéral aussi bien que les provinces investissent dans l'acquisition et la divulgation de l'information, par l'intermédiaire d'organismes comme Statistique Canada et de différents ministères qui emploient des gens pour aider les entreprises à apprendre à faire face à diverses questions réglementaires lorsqu'elles entrent sur de nouveaux marchés intérieurs.

Information générée par l'expérience et l'expérimentation

Beaucoup d'information et de connaissances sont obtenues grâce à l'expérimentation et l'expérience. Pour réussir à mettre au point de nouveaux produits et à entrer sur de nouveaux marchés, il faut essayer de nouvelles idées, dont un grand nombre échoueront bien avant qu'on trouve la bonne voie. Cependant, si une entreprise a trouvé cette bonne voie, les autres peuvent la suivre sans devoir passer par ce processus coûteux d'essais et d'erreurs. Les succès et les échecs d'entreprises données qui essayent différentes stratégies sur de nouveaux marchés fournissent à d'autres entreprises de l'information sur ce qui peut ou non fonctionner. Il s'agit ici d'un autre exemple de propagation de l'information, qui est toutefois différente de celle discutée dans la rubrique précédente : nous nous penchions sur des renseignements qui existaient déjà dans des histoires et des expériences antérieures, il suffisait de les rassembler, d'en faire la synthèse et de les diffuser. Les renseignements dont je parle dans cette rubrique ne peuvent être produits que par des activités des entreprises privées qui essayent de nouvelles idées et différentes stratégies sur de nouveaux marchés. Personne ne sait d'avance ce qui fonctionnera ou ne fonctionnera pas, aussi les entreprises n'ont d'autre choix pour produire de l'information que d'investir dans des coûts irrécupérables et d'essayer de ré-