

[Texte]

I would like to mention something briefly about Canada's need to export; problems experienced by exporters and by their potential customers; the use of trading houses in solving these problems; some of our present difficulties; and some ways in which these difficulties can be solved and so our contribution can be maximized.

We hear constantly about the need to export. We have some difficulties because basically we are a small market domestically. This makes it difficult to be competitive internationally; but if we are not competitive internationally we not only lose the international business, we find that the people who are successful are taking away our domestic business. So exports are vital.

Even though exports are vital, they are not always easy. There are problems to be solved. Some of these problems arise from some facts which are inherent in the Canadian business community. Many of our companies are small, with limited capital for expansion or for new ventures. We internally have transportation problems which encourage concentration on very local markets. Many operators of small companies are very nervous about exporting. They are reluctant to do business in an unfamiliar setting. Also, a significant number of our companies are restricted in their export activities due to policies formulated outside Canada.

Even when a Canadian business person does venture outside the domestic market, he may well find that all his nervousness is well justified. The financial cost of exporting is extremely high, constantly rising, and not predictable. There are the obvious costs of travel, preparation of tender documents in a number of languages, and greatly increased communication expenses. Even more costly is the investment of time that is involved; in many countries things just do not happen very quickly. One has to establish an identity, develop relationships, and deal with concepts of time and methods of doing business which are quite different from in Canada. Often people say, well, that is the export situation; you just have to accept it. People who say that are frequently outsiders who are not aware that there are limits to the financial contribution which can be made by any company, limits to the personnel and time available, and that domestic business must not be jeopardized by putting an undue emphasis on exports.

If a manufacturer decides not to export, he may be well justified. It may be he does not have the resources, or it may be that even though the resources are available, the potential

[Traduction]

J'aimerais insister brièvement sur la nécessité pour le Canada d'exporter des produits à l'étranger; sur les problèmes que connaissent les exportateurs et leurs clients potentiels, le recours aux maisons de commerce pour résoudre ces problèmes; quelques-unes des difficultés que nous éprouvons à l'heure actuelle et quelques moyens qui pourraient être mis en œuvre pour résoudre ces difficultés et pour maximiser notre contribution.

On entend constamment parler de la nécessité des exportations. Nous éprouvons quelques difficultés parce que notre marché national est petit au départ. Voilà pourquoi il nous est difficile d'occuper une place compétitive sur le marché international; mais en négligeant de nous tailler une telle place, non seulement perdons-nous le marché international, mais nous constatons que ceux qui occupent une bonne place supplantent nos entreprises nationales. Les exportations sont donc vitales.

Même si les exportations sont vitales, exporter n'est pas toujours chose facile. Il y a des problèmes à régler. Quelques-uns de ces problèmes viennent de certains caractères inhérents au monde des affaires canadien. Bon nombre de nos compagnies sont petites, disposent d'un capital limité pour leur expansion ou pour la création de nouvelles entreprises. À l'échelle nationale, nous faisons face à des problèmes de transport qui favorisent une concentration des activités commerciales à l'intérieur de marchés locaux. Beaucoup d'exploitants de petites compagnies sont très anxieux lorsqu'ils songent à exporter leurs produits. Ils sont réfractaires à l'idée de faire des affaires dans un cadre qui ne leur est pas familier. En outre, un nombre considérable de nos compagnies sont limitées dans leurs possibilités d'action sur le marché des exportations à cause de politiques adoptées à l'extérieur du Canada.

Qui plus est, le Canadien, homme ou femme d'affaires, qui passe outre à ses craintes et ose s'aventurer à l'extérieur du marché national peut être amené ainsi à découvrir que son anxiété était bien justifiée. Le coût financier des exportations est très élevé, monte constamment et n'est pas prévisible. Il y a, bien sûr, les frais de déplacements, le coût de la préparation des offres dans un certain nombre de langues, ainsi que des dépenses grandement accrues au poste des communications. Mais c'est le temps à investir qui coûte le plus cher; dans bon nombre de pays, les choses ne bougent tout simplement pas très vite. Il faut se faire un nom, se faire des relations, et s'habituer à des notions du temps et à des pratiques d'affaires qui diffèrent grandement de ce à quoi on est habitué au Canada. Souvent, les gens disent qu'il n'y a rien à faire, que les choses se passent comme ça sur le marché des exportations et qu'on n'a pas d'autre choix que d'accepter la situation telle qu'elle est. Les gens qui parlent ainsi sont la plupart du temps des observateurs de l'extérieur qui ne sont pas conscients du fait qu'il y a des limites à la contribution financière d'une compagnie, des limites quant au personnel et au temps disponibles, et du fait qu'une compagnie ne doit pas négliger ses affaires sur le marché national pour s'occuper en priorité de ses exportations.

Un fabricant peut décider de ne pas exporter ses produits et avoir raison de prendre une telle décision. Il est possible qu'il n'ait pas les ressources voulues, mais il est aussi possible qu'il