

non récupérables englobent les frais engagés pour obtenir de l'information sur les marchés des pays étrangers, trouver des clients à l'étranger, localiser des fournisseurs fiables, développer des canaux de distribution sur ces marchés, satisfaire la réglementation locale, apprendre comment adapter un produit aux conditions du marché local, et bien d'autres choses. Ces coûts sont nécessaires pour faire des ventes à l'exportation mais ne peuvent être récupérés si la tentative de l'exportateur échoue.

Reconnaissant que les entreprises doivent engager des coûts supplémentaires afin de percer sur les marchés étrangers, les gouvernements, partout dans le monde, offrent des programmes de promotion des exportations pour aider leurs exportateurs. Cependant, l'intervention gouvernementale visant à encourager la participation au marché d'exportation ne se justifie que si le libre marché ne parvient pas à produire l'information requise. Récemment, Copeland (2008) a présenté un plaidoyer en faveur d'une politique de promotion du commerce et de l'investissement. Il fait valoir que l'information générale utile pour faire des affaires à l'étranger comporte de nombreuses caractéristiques d'un bien public en raison de la présence de retombées informationnelles; ainsi, les succès d'exportateurs individuels peuvent être imités par d'autres entreprises à un coût beaucoup plus bas. Ces retombées peuvent entraîner un sous-investissement en information – une imperfection du marché qui entraînerait un niveau sous-optimal d'exportation.

Les travaux empiriques antérieurs portant sur l'évaluation de l'efficacité des programmes de promotion du commerce se sont intéressés principalement aux liens entre les budgets consacrés à la promotion des exportations et la performance commerciale en général; pour l'essentiel, ils ont été réalisés à l'aide de données agrégées. La disponibilité de données au niveau de l'entreprise depuis quelques années permet une évaluation plus approfondie, et une bonne partie des études publiées montre un impact positif de la promotion du commerce sur la performance à l'exportation<sup>1</sup>. À

titre d'exemple, Volpe Martincus et coll. (2008) affirment que le taux de croissance des exportations parmi les exportateurs qui ont reçu une aide était de 17,0 points de pourcentage plus élevé que le taux correspondant parmi les exportateurs qui n'ont pas eu accès à de l'aide.

### *Clients du SDC : l'ensemble de données pour l'évaluation de l'impact*

L'impact du SDC sur la performance des exportateurs canadiens est évalué en jumelant les données sur la gestion des clients du SDC, maintenues par Affaires étrangères et Commerce international Canada, à celles du Registre des exportateurs et du Registre des entreprises, de Statistique Canada. Pour chaque entreprise exportatrice identifiée, l'ensemble de données jumelées fournit de l'information sur les services de promotion commerciale reçus par l'entreprise, les exportations de marchandises de l'entreprise par destination, ainsi que les principales caractéristiques de l'entreprise (la taille, mesurée par l'emploi, l'expérience en affaires, l'expérience sur le marché d'exportation, le secteur d'activité et la productivité). L'ensemble de données ainsi appariées couvre la période allant de 1999 à 2006<sup>2</sup>. Puisque les données du Registre des exportateurs sont tirées des documents douaniers, elles portent uniquement sur les exportations de marchandises, à l'exclusion des exportations de services.

En moyenne, le SDC a servi 5 747 clients annuellement au cours de la période 1999-2006. Environ 60 p. 100 des clients du SDC ont été appariés au Registre des entreprises de Statistique Canada. Les clients qui n'ont pas été appariés au Registre des entreprises sont notamment des entités non commerciales telles que les associations d'affaires, les universités, les gouvernements provinciaux, les administrations municipales et les autres ministères fédéraux; les entreprises étrangères ciblées par le programme Investir au Canada; et les entreprises canadiennes dont les identificateurs dans le système de gestion des clients du SDC sont enregistrés différemment de l'inscription figurant dans le Registre des entreprises.

1 Alvarez et Crespi (2000), Volpe Martincus et Carballo (2008) et Volpe Martincus, Carballo et Garcia (2010).

2 Les données les plus récentes du Registre des exportateurs, publiées après que la présente étude ait été entreprise, portent sur l'année 2008.