

Cette recommandation traduit notre conviction que la meilleure façon d'assurer, à longue échéance, une expansion de nos exportations consiste à mettre en place des sociétés spécialisées dans l'import-export. Plusieurs témoins ont indiqué au Comité qu'il était inacceptable, d'un point de vue politique, d'inclure l'importation dans les attributions d'une société de commerce patronnée par le gouvernement. Cette opinion nous semble peu éclairée et, en fin de compte, négative.

En écartant l'importation des fonctions de la société, on l'empêcherait de tirer parti d'un des avantages réels que présente le Canada pour nos partenaires commerciaux éventuels. Le Canada a importé pour \$51.9 milliards de produits finis et de demi-produits en 1980. En outre, alors même que le Canada cherche à remodeler ses profils commerciaux, les pays en expansion revendiquent un meilleur accès à notre marché. C'est en toute objectivité qu'il faut considérer le fait que nous importons d'énormes quantités de produits: c'est à la fois une réalité et une solide position sur laquelle appuyer l'expansion de nos exportations. Notre situation extrêmement favorable en matière d'importation constitue l'un des avantages réels que la Société canadienne de commerce doit être en mesure d'exploiter.

Nous estimons en outre qu'au fur et à mesure que s'améliorera sa compétence en matière d'exportation, la société devrait être en mesure de s'engager dans des transactions à l'étranger, ce qui l'aidera à maintenir cette compétence et sera, en fin de compte, bénéfique pour le commerce canadien. Nous avons déjà indiqué qu'à l'heure actuelle, le commerce international implique souvent des transactions entre plusieurs pays. La capacité d'exportation du Canada est loin de lui permettre d'entreprendre des transactions aussi complexes, les organismes d'envergure internationale et le réseau d'information dont le pays aurait besoin lui faisant tout simplement défaut.

D'autres pays, placés dans la même situation que le Canada, s'en remettent à l'expérience des maisons d'import-export spécialisées dans les transactions non monétaires que l'on trouve en Autriche et en Suisse. Après des dizaines d'années d'expérience dans ce genre de transactions, ces maisons d'import-export européennes brassent un

énorme volume d'affaires. Parce que les produits offerts en échange des importations manquent souvent de l'attrait nécessaire pour soutenir la concurrence sur les marchés, les maisons d'import-export spécialisées chargent une forte prime pour vendre ces produits, et les exportateurs expérimentés tiennent compte de cette demande lors des négociations. La Société canadienne de commerce peut éventuellement acquérir la capacité de s'engager dans les transactions non monétaires mais, pour l'heure, c'est là un domaine qu'il vaut mieux laisser aux spécialistes. La Société canadienne de commerce devrait s'attacher à savoir qui sont ces experts et comment traiter avec eux. Le Comité recommande donc que:

La Société canadienne de commerce prenne les arrangements nécessaires pour travailler de concert avec les maisons d'import-export spécialisées dans les transactions non monétaires.

Pour que la Société canadienne de commerce soit économiquement viable, il est aussi essentiel que son mandat porte sur tous les aspects du commerce. Les ressources dont elle doit se doter, par exemple, bureau à l'étranger, systèmes de télécommunication, entrepôts, services d'acheteurs et d'entrepreneurs de transport, sont coûteuses à mettre en place et à entretenir. Le coût structurel de ces éléments ne peut être récupéré que par les revenus générés par les diverses transactions commerciales individuelles.

UNE GAMME COMPLÈTE DE PRODUITS COMPÉTITIFS

La Société canadienne de commerce devra en priorité augmenter les exportations canadiennes de produits manufacturés. Nous avons reconnu que l'expansion des exportations dans le secteur des petites et moyennes entreprises et des gros projets de biens d'équipement offrait toutes les possibilités d'accroître nos exportations. Nous avons en outre conclu que ces activités d'exportation devaient être prises en charge par un organisme unique. Les efforts déployés par la Société au chapitre de la mise en marché devraient principalement porter sur ce que désire le client et non sur ce que nous