

Le Service des délégués commerciaux du Canada et la performance des exportateurs

1. Aperçu

Jusqu'à récemment, on en savait très peu au sujet des caractéristiques et de la dynamique de la population des entreprises exportatrices au Canada. Avec l'accès au Registre des exportateurs de Statistique Canada, qui fait le lien entre les échanges internationaux du Canada et les données longitudinales sur les entreprises canadiennes, il est maintenant possible d'examiner la performance des exportateurs canadiens sous des dimensions nouvelles. L'ensemble de données permet aussi d'établir un lien entre la performance des exportateurs et l'aide reçue du Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada, le service de promotion des exportations du gouvernement canadien.

Ce supplément spécial présente pour la première fois une évaluation économétrique de l'impact du SDC sur la performance à l'exportation des entreprises canadiennes : les résultats montrent que cet impact a été systématiquement positif. En fait, les exportateurs qui ont reçu l'aide du SDC ont exporté, en moyenne, 18 p. 100 de plus que les exportateurs comparables qui n'ont pas eu recours à l'aide du SDC. Les résultats montrent en outre que le SDC aide efficacement les entreprises à se diversifier vers de nouveaux marchés : les clients du SDC exportent vers 36 p. 100 plus de marchés que les non-clients. Enfin, le SDC a eu une influence positive sur la diversification des exportations au niveau des produits.

La seconde partie du supplément spécial explore la performance des exportateurs de façon générale et révèle que c'est l'entrée des entreprises sur de nouveaux marchés, plutôt que la croissance des ventes des exportateurs déjà présents, qui a été le moteur de la croissance des exportations du Canada ces dernières

années. Les nouveaux entrants sont à l'origine de l'augmentation des exportations en Asie et en Amérique latine et, même sur le marché des États-Unis, l'entrée de nouveaux exportateurs a joué un rôle clé en faisant contrepoids à la sortie de nombreuses entreprises de ce marché.

Les petites et moyennes entreprises (PME) ont été le fer de lance de la pénétration de nouveaux marchés. En fait, la part de chaque marché régional détenue par les PME canadiennes a augmenté; en Asie, les PME représentent près de la moitié des ventes à l'exportation du Canada.

2. L'impact du Service des délégués commerciaux sur la performance des exportateurs canadiens

Observations clés

- Les entreprises qui ont accès aux services du SDC exportent, en moyenne, 18 p. 100 de plus que les entreprises comparables qui n'ont pas eu recours à ces services.
- Cela signifie que chaque dollar de dépenses consacré au SDC engendre 27 dollars d'exportations supplémentaires.
- Le SDC se révèle efficace également pour ce qui est d'aider les exportateurs à diversifier leurs marchés (les clients du SDC exportent vers 36 p. 100 plus de marchés).

Des études récentes sur le commerce international révèlent que les coûts non récupérables liés à l'entrée sur un marché sont la principale cause de la faible participation des entreprises nationales au marché d'exportation. Au Canada, seulement 24 p. 100 des fabricants canadiens sont présents sur les marchés d'exportation (Baldwin et Gu, 2003). Ces coûts