

grand nombre d'entreprises dans une industrie donnée; 2) des renseignements qui s'acquièrent par l'expérimentation et l'expérience, comme apprendre quels produits ou stratégies de commercialisation conviendront aux nouveaux marchés; 3) les renseignements liés à une entreprise donnée, comme trouver un bon partenaire ou fournisseur local pour une entreprise donnée ou régler une question réglementaire propre à une entreprise et 4) des renseignements sur des entreprises et des produits nationaux qui doivent être divulgués à des clients étrangers, par exemple l'information sur la qualité d'un produit ou sur les capacités de prestation de services d'une entreprise.

Enfin, il est important de souligner que ces problèmes liés à l'information ne sont pas propres à l'exportation ou à l'investissement à l'étranger. Les entreprises qui veulent établir de nouveaux marchés dans l'économie nationale feront face aux mêmes types de problèmes en matière d'information. Par conséquent, lorsqu'on se demande s'il existe ou non des déficiences du marché qui sont suffisamment graves pour justifier le recours à des ressources publiques, il faut étudier si l'entrée sur des marchés étrangers diffère de celles sur des marchés intérieurs. De plus, si des programmes de promotion des exportations ou de l'investissement doivent être justifiés, on peut se demander si les mêmes arguments s'appliqueraient aux marchés intérieurs.

Renseignements généraux

Les renseignements généraux pertinents pour des entreprises nationales qui font des affaires dans un pays étranger donné présentent un grand nombre des caractéristiques d'un bien collectif. Il est coûteux de rassembler et de mettre à jour ces renseignements, mais une fois qu'ils le sont, ils peuvent être diffusés à un coût marginal très faible. Par ailleurs, si un agent paye pour obtenir ces renseignements, rien ne l'empêche de les transmettre à d'autres sans devoir rétribuer les producteurs initiaux de l'information. Cette situation suggère que le marché ne fournit peut-être pas assez de ce genre de renseignements, ce qui peut conduire à une déficience du marché.