

à la réussite des maisons de commerce canadiennes si elles appliquent des recommandations mentionnées au chapitre IV de ce rapport.

À l'heure actuelle, l'interdiction générale que renferme l'article 174 de la Loi sur les banques empêche une banque canadienne d'acquiescer des biens à des fins commerciales. Aux termes de la Loi :

174 (2) Sauf dans les conditions prévues par la présente loi ou ses textes d'application, et conformément aux modalités fixées par règlement, la banque ne peut, directement ou indirectement :

- a) faire le commerce de produits, denrées ou marchandises, ou se livrer à quelque commerce ou industrie;

La Loi renferme aussi des dispositions limitant la participation des banques à 10 % dans des sociétés non bancaires.

Comme nous le montre la récente expérience américaine, la participation des banques dans ce domaine a conduit à l'adoption, par celles-ci, de nombreuses stratégies commerciales. Ses effets les plus importants ont peut-être été jusqu'à maintenant une meilleure connaissance et une meilleure acceptation des maisons de commerce par le public américain et une meilleure sensibilisation des fabricants et des producteurs américains aux possibilités de l'exportation. Le Groupe de travail estime que de tels changements au Canada n'auraient pas d'effets immédiats, mais de nouveaux efforts doivent être déployés pour accroître les exportations canadiennes. Ne pas utiliser toutes les options qui s'offrent en matière d'exportation risquerait d'entraîner une aggravation du chômage et un abaissement du niveau de vie canadien. Le Groupe de travail, par conséquent, recommande au gouvernement :

Recommandation 30

Que la législation soit modifiée ou qu'un projet de loi soit déposé pour autoriser les banques à charte canadiennes à acquiescer et exploiter jusqu'à 100 % des intérêts des maisons de commerce qui pourraient acheter provisoirement des biens à des fins commerciales.

LE SECTEUR DE LA DISTRIBUTION ET L'EXPORTATION

Au Canada, le secteur de la distribution est formé des sociétés qui effectuent au pays la distribution et la vente des biens et, dans certains cas, des services. Cela comprend les détaillants — les magasins à très grande surface de vente, les boutiques d'exclusivités et les détaillants alimentaires —, les grossistes — tant en denrées alimentaires qu'en marchandises sèches — et les coopératives. Les questions que l'on peut se poser sont les suivantes : les détaillants et grossistes canadiens peuvent-ils appliquer leurs connaissances et leurs ressources pour devenir des négociants exportateurs? Est-il naturel que des distributeurs nationaux deviennent des distributeurs internationaux? D'après ses recherches et un examen de ce secteur au Canada et à l'étranger, le Groupe de travail est d'avis qu'il existe des arguments valables en faveur d'une participation de certains éléments du secteur canadien de la distribution au commerce d'exportation. Étant donné la nature de leur fonction actuelle d'intermédiaires entre le fournisseur et l'acheteur, le concept de la maison de commerce correspond le mieux au rôle envisagé.

Parmi les éléments qui, de l'avis du Groupe de travail, se prêteraient le mieux à une fonction d'exportation, mentionnons :

- i) les magasins à très grande surface de vente, les détaillants alimentaires et les grossistes;
- ii) les coopératives.

Plusieurs des caractéristiques et points forts du secteur de la distribution se retrouvent dans chacune de ses composantes et peuvent s'appliquer à l'exportation. Ce sont notamment :

- i) La connaissance des produits et des sources d'approvisionnement :
Connaissance des produits nationaux et étrangers à l'intérieur d'un groupe de produits qui fait déjà l'objet de ventes; il peut s'agir de la réputation du fournisseur, de sa situation financière, de sa capacité de fournir et de livrer, de ses antécédents, du prix et de la qualité des biens, des techniques marchandes, des besoins de promotion et d'exposition des produits, et de la capacité de s'adapter à la demande du consommateur;
- ii) Les ressources financières et humaines :
Ce qui comprendrait un bilan très positif, des relations bancaires établies, de bonnes références touchant les capacités de gestion et d'affaires au pays; des compétences en matière d'importation, d'organisation des transports, de financement, de groupage des envois, de gestion des stocks et d'achat, ainsi que les éléments mentionnés en i) ci-dessus;
- iii) La réputation et l'influence sur le marché :
Ce qui engloberait les relations établies avec les acheteurs, la capacité d'ajuster les prix selon le volume, un nom bien connu et une réputation solide;
- iv) Les contacts à l'étranger et les déplacements :
Les atouts à cet égard seraient les contacts déjà établis avec des fournisseurs étrangers et une expérience pratique des marchés étrangers.

Magasins à très grande surface de vente, détaillants alimentaires et grossistes

Au cours de son examen de ce domaine, le Groupe de travail a rencontré de nombreux participants du secteur de la distribution. Il est ressorti de ces discussions qu'ils avaient conscience des possibilités offertes par l'exportation, mais qu'en raison de la conjoncture nationale actuelle l'intérêt qu'ils y prenaient n'avait plus qu'une importance secondaire.

Dans le cas de magasins à très grande surface de vente, une bonne partie de l'intérêt initial découlait de la participation de la Compagnie de la Baie d'Hudson, d'Eaton et de Woodward à un projet entrepris grâce à une subvention PDME accordée au Conseil canadien du commerce de détail. Ce projet avait pour but la recherche de débouchés pour les détaillants qui désirent exporter des biens de consommation canadiens. Il a comporté des visites auprès de 13 grands détaillants européens. Selon certaines constatations préliminaires, les détaillants canadiens ont plus facilement accès au réseau européen du commerce de détail que les agents de vente ou les distributeurs et, une fois qu'un produit a été accepté par un détaillant, la pénétration du marché est promptement réalisée. Mais une conclusion plus importante du groupe chargé du projet était que les détaillants pourraient utiliser trois moyens pour exporter des biens de consommation d'origine canadienne : agir individuellement en qualité d'agents des achats pour le compte de magasins étrangers, monter leurs propres opérations de commerce, ou former un consortium de détaillants canadiens qui agira en tant que société de commerce extérieur. L'application de l'une de ces solutions pourrait s'appuyer sur le réseau