

b) l'utilité pratique et la rentabilité des incitatifs fiscaux pour encourager les PME à se lancer sur les marchés étrangers;

L'aide fiscale fédérale à la petite entreprise, y compris la déduction accordée aux petites entreprises et le crédit d'impôt à la recherche scientifique et au développement expérimental, constitue une forme d'aide indirecte importante pour les petites entreprises qui souhaitent développer leurs marchés d'exportation. Le Comité permanent est d'avis que des incitatifs fiscaux devraient être utilisés pour encourager les PME à se lancer sur les marchés étrangers. Toutefois, certains problèmes doivent être d'abord examinés, outre le coût et la complexité d'une telle solution.

C'est ainsi, par exemple, que la création d'un tel programme semblerait incompatible avec nos obligations commerciales internationales (par exemple, le GATT de 1994). De plus, un tel programme ne servirait pas efficacement la promotion des exportations de nombreux facteurs non fiscaux tels que les taux de change et l'avantage comparatif sont des facteurs plus déterminants en matière de commerce. De surcroît, ce crédit permettrait aux entreprises concernées d'obtenir un allègement fiscal même lorsqu'elles n'accroissent pas leurs exportations. Enfin, un tel programme, s'il était mis en oeuvre par l'intermédiaire du système fiscal, exigerait la mise en place d'une législation et d'une administration complexes pour prévenir les abus. Sans règles très précises et restrictives, toute une gamme de dépenses d'affaires et de dépenses personnelles pourraient être considérées comme de nature à promouvoir les exportations.

c) les façons dont les PME pourraient faire davantage appel aux établissements postsecondaires dans l'élaboration de leurs stratégies de promotion commerciale au niveau international. L'examen devra tenir compte de la compétence exclusive des provinces en matière d'éducation;

Le gouvernement appuie déjà les efforts pour aider les PME à tirer davantage parti des établissements post-secondaires du pays, et aucun examen additionnel de la question n'est justifié. Tous les efforts devraient plutôt être faits pour garantir le succès du Forum pour la formation en commerce international (FITT) et des initiatives déjà lancées, et pour faire connaître ces possibilités à toutes les entreprises canadiennes.

Reconnaissant que les gens d'affaires avaient besoin de cours brefs et focalisés, le gouvernement a financièrement appuyé la création du Forum pour la formation en commerce international (FITT). Le MAECI est membre du conseil consultatif du FITT, avec l'Association des exportateurs canadiens et la Chambre de commerce du Canada. Le FITT est conçu pour tous les Canadiens, et le personnel des entreprises est encouragé à tirer avantage de ce programme en choisissant parmi les cours personnalisés qu'il offre. Le programme FITT est actuellement exécuté dans 32 collèges communautaires et universités, qui offrent les huit cours de 45 heures. Un neuvième cours est en préparation. Le Collège Algonquin envisage maintenant un programme de 2 ans menant à un diplôme FITT. De plus, le module AgFITT a été adapté aux besoins particuliers des PME du secteur agroalimentaire.

Les PME ont un certain nombre d'autres façons de tirer parti des établissements post-secondaires. Les petites entreprises peuvent par exemple embaucher des diplômés d'établissements d'enseignement post-secondaire, consulter des professeurs et des étudiants de collèges et d'universités, suivre des cours de langues donnés par les départements de l'enseignement postsecondaire, et tirer avantage de programmes de formation incluant des voyages à l'étranger à des fins de prospection de marchés.

Le gouvernement canadien, par le biais du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, finance depuis 1974 les centres d'études en administration internationale. Le financement pour l'AF 1995-1996 totalisait 760 000 \$. Les centres d'études en administration internationale collaborent avec les entreprises pour élaborer des cours en administration des affaires internationales à intégrer aux programmes d'études commerciales des universités canadiennes. De par leur popularité, ces cours se sont transformés en véritables programmes. L'Université Carleton offre par exemple un baccalauréat en commerce international; l'Université d'Ottawa, une maîtrise en administration des affaires internationales; et l'Université de l'Alberta, un baccalauréat en communications en combinaison avec ses programmes d'études japonaises, coréennes, chinoises et hispano-américaines.