

VII ÉLARGISSEMENT DE L'OPTION DES MAISONS DE COMMERCE

Les chapitres précédents ont défini et examiné les fonctions et rôles importants des maisons de commerce au Canada; ils ont en outre exposé les problèmes auxquels ce secteur fait face et les possibilités qui s'offrent à lui. Une étude de la question des maisons de commerce ne serait toutefois pas complète sans un examen du rôle des nouveaux venus dans ce domaine et sans que l'on envisage l'application du concept de la maison de commerce aux structures et méthodes traditionnelles du marketing international.

Dans ce contexte, le dernier chapitre examinera la possibilité de participation directe des banques canadiennes aux maisons de commerce, la participation de nos entreprises de distribution au commerce d'exportation par l'utilisation et la formation de maisons de commerce extérieur, et l'adoption du concept de maison de commerce par des sociétés canadiennes diversifiées et à produits multiples comme approche organisationnelle du marketing international.

PARTICIPATION DES BANQUES AUX MAISONS DE COMMERCE

Plusieurs facteurs ont donné de l'impulsion à l'examen que le Groupe de travail devait faire de ce sujet. Par une lettre en date du 29 mars 1984, le ministre du Commerce extérieur chargeait le Groupe de travail d'examiner la question de l'acquisition et de l'exploitation des maisons de commerce par des banques. Cette demande se fondait sur une recommandation en ce sens adoptée par la Commission pour l'expansion du commerce extérieur.

Dans notre propre étude, nous avons aussi noté les développements récents qu'a entraînés, aux États-Unis, l'adoption de l'« Export Trading Company Act » de 1982 (cf. *chapitre IV*), la participation de longue date des banques dans les maisons de commerce en Europe et dans d'autres pays, l'utilisation croissante du commerce de contrepartie, les besoins de capitalisation des maisons de commerce existantes ainsi que la nécessité d'intéresser un plus grand nombre de petites et moyennes entreprises au commerce d'exportation. Tous ces points nous amènent à juste titre à nous demander comment les banques canadiennes pourraient jouer un plus grand rôle dans le processus commercial.

Plusieurs constatations intéressantes se dégagent d'un examen des situations américaine et européenne.

- 1) Dans certains pays d'Europe, notamment en Grande-Bretagne, en France, en Allemagne, aux Pays-Bas et en Suisse, les banques participent aux activités des maisons de commerce par des investissements directs et, indirectement, par l'intermédiaire de filiales non bancaires et de réseaux de participation au capital. Cette participation est la conséquence d'une évolution historique et économique et montre que les banques peuvent être des partenaires actifs de l'industrie nationale et ce, dans l'intérêt d'une expansion des ventes à l'étranger.
- 2) Dans le cas du Japon, les relations entre les banques et les maisons de commerce sont bien connues. Le Brésil et la Corée du Sud ont agi dans le même sens en encourageant la création de leurs propres sociétés de commerce général.
- 3) Aux États-Unis, la loi a été modifiée afin de permettre aux banques d'investir dans les sociétés de commerce pour faciliter les nouvelles exportations américaines. Ce changement visait à remé-

dier aux problèmes de la structure actuelle des maisons de commerce aux États-Unis qui, comme au Canada, se caractérise par la présence de firmes, en majeure partie du secteur privé, qui sont limitées dans leur capacité de réunir des capitaux et qui ont des cotes de crédit parmi les plus basses. Comme on l'indiquait au chapitre II, le Congrès a reconnu que pour promouvoir les exportations américaines et soutenir la concurrence des sociétés de commerce étrangères, les sociétés américaines de commerce extérieur devaient être en mesure de faire appel aux ressources internationales, aux compétences et aux connaissances du système bancaire américain.

- 4) Étant donné les interrelations étroites entre les économies américaine et canadienne, les banques canadiennes se trouvent éventuellement désavantagées vis-à-vis de leurs concurrents américains au Canada lorsqu'elles offrent des services à leurs clients et qu'elles s'efforcent de faciliter les échanges.

Le commerce de contrepartie, qui a fait l'objet du chapitre VI, est un élément d'une importance croissante appelé à toucher un plus grand nombre d'exportateurs canadiens. Les banques canadiennes offrent dans ce domaine certains services qui pourraient se développer à la manière des services qu'assurent actuellement leurs concurrents américains et européens. Le Canada doit acquérir les compétences nécessaires s'il veut se maintenir en bonne position sur un marché mondial de plus en plus concurrentiel. C'est un pas dans la bonne direction que de permettre aux banques canadiennes d'avoir une plus grande participation dans les sociétés de commerce qui peuvent offrir des services de contrepartie.

Enfin, les services des maisons de commerce sont indispensables pour faciliter les exportations des petites et moyennes entreprises manufacturières. La présence des banques dans ce domaine donnera aux fabricants actuels et futurs un autre moyen de livraison de leurs marchandises sur les marchés extérieurs. En plus de générer de nouvelles exportations, elle peut amener le milieu bancaire à mieux comprendre et aider les petits fabricants.

Le Groupe de travail envisage plusieurs scénarios possibles en vue d'accroître la participation des banques aux maisons de commerce :

- 1) participation conjointe à des maisons de commerce, à des consortiums d'exportation ou à des sociétés de commercialisation des exportations;
- 2) participation à des projets à l'étranger;
- 3) prestation de services complets de contrepartie et de financement par l'intermédiaire de maisons de commerce détenues par des banques;
- 4) combinaison d'apport de fonds de roulement, de financement et de services de marketing international aux petites et moyennes entreprises de fabrication et de production;
- 5) expansion des ventes et des marchés de matières brutes et de produits de base canadiens par l'intermédiaire de maisons de commerce détenues par des banques; et
- 6) participation à des sociétés mixtes de commercialisation des exportations dans les domaines de la haute technologie, des télécommunications, des ressources, de l'électronique, des transports et des services d'ingénierie.

En plus de ces genres de participation directe, les banques canadiennes peuvent aussi contribuer de plus en plus