



DÉCLARATION

94/54

SOUS RÉSERVE DE MODIFICATIONS

NOTES POUR UNE ALLOCUTION

DE

L' HONORABLE ROY MACLAREN,

MINISTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL,

DEVANT L'INTERNATIONAL TRADE COMMITTEE

DU BOARD OF TRADE DU TORONTO MÉTROPOLITAIN

TORONTO (Ontario)
Le 26 septembre 1994

Il me fait plaisir de me trouver ici aujourd'hui pour échanger des idées sur l'exportation avec les membres de l'International Trade Committee du Board of Trade de Toronto. Je parlerai surtout des petites et moyennes entreprises — des PME, comme on les appelle familièrement — et de certaines initiatives prises ou prévues pour appuyer leurs efforts de préparation à l'exportation et, en fait, de réussite à l'étranger.

Je voudrais d'abord féliciter le Board of Trade d'avoir lancé le printemps dernier une série de tables rondes sur la commercialisation à l'étranger mettant en vedette des sociétés qui ont fait leur marque sur les marchés extérieurs.

Aucune ville ou région n'a le monopole de l'expertise et de l'initiative au Canada au plan de l'entrepreneuriat ou de l'exportation. Mais la région de Toronto fait certainement sa bonne part.

J'ai rencontré certains de nos meilleurs gens d'affaires à la foire commerciale Expo Canada 94 que mon ministère a organisée à Mexico le printemps dernier. L'équipe canadienne à cette foire comprenait même un premier ministre fermement résolu à favoriser les exportations, et nettement conscient du potentiel qu'ont les PME de faire encore plus que ce qu'elles font déjà pour donner une vraie place au Canada sur les marchés étrangers.

Le premier ministre a certainement été le membre le plus visible du contingent canadien à Expo Canada 94. Mais ce sont les représentants de 427 sociétés de toutes les régions du pays — dont plusieurs de Toronto — qui ont été les véritables vedettes de la plus grande foire commerciale jamais organisée par le Canada dans un pays étranger.

La foire a attiré environ 20 000 gens d'affaires mexicains et s'est avérée un excellent investissement qui a généré environ 100 millions de dollars en ventes projetées sur la base des contrats signés ou à finaliser dans l'année.

L'un des grands gagnants a été une firme de la région de Toronto, la chaîne de franchises de yogourt Yogen Fruz. Il est agréable de savoir qu'un petit drapeau canadien est perché sur les comptoirs de chacune des 15 franchises que Yogen Fruz a ouvertes au Mexique depuis un an.

Une autre firme torontoise gagnante est Webb Zerafa Menkes Housden, qui laissera bientôt la marque du Canada en Chine, et que je visiterai en novembre avec le premier ministre fédéral, plusieurs premiers ministres provinciaux et un important contingent de dirigeants d'entreprises canadiennes.

Webb Zerafa conçoit actuellement l'ultramoderne édifice de la Bourse des valeurs de Shanghai. Ce superbe édifice «intelligent» incorporera la technologie de l'information.

Nous parlons ici de sociétés qui ont une vision d'ensemble. Elles ont compris que les nouvelles tendances mondiales, les nouvelles technologies et les nouveaux accords commerciaux ouvrent des portes par lesquelles les PME canadiennes pourront pénétrer les marchés étrangers, et elles agissent en conséquence.

Du point de vue du gouvernement fédéral, les PME sont une ressource nationale vitale, la composante la plus dynamique de l'économie, l'élément le plus axé sur les connaissances et le mieux adapté au changement rapide, ainsi que le plus important générateur de nouveaux emplois. Dans les années 1980, les firmes de moins de 100 employés ont généré plus de 2,3 millions de nouveaux emplois nets, ou 87 p. 100 de la croissance totale de l'emploi. Pendant cette décennie, elles pourront donner des résultats encore plus impressionnants.

Mais les capacités de création d'emplois et de génération de richesse de cette ressource nationale impressionnante ne seront pas pleinement utilisées tant que les PME ne deviendront pas des exportateurs bien plus actifs.

Le Canada est une nation commerçante, environ le tiers de son PIB [produit intérieur brut] étant tiré des exportations. Mais nos exportations reposent actuellement sur une base trop étroite, où un nombre relativement petit d'entreprises effectuent la majorité de nos exportations. Nous avons tous intérêt à voir les PME exporter davantage.

Ces derniers mois, le gouvernement fédéral a mené un examen approfondi de ses programmes axés sur les petites entreprises, dans le but de mieux faire connaître nos capacités d'exportation et de valoriser nos aptitudes ainsi que nos capacités de commercialisation.

Le grand défi est de transformer le Canada d'une nation tributaire du commerce en une nation vraiment commerçante, où les PME joueront un rôle bien plus important.

Ce défi doit d'abord être relevé au pays, car la compétitivité à l'étranger s'enracine dans l'environnement commercial national — surtout en cette période où l'économie mondiale s'ouvre davantage et où les distinctions entre marchés nationaux et internationaux s'estompent.

C'est pourquoi la politique commerciale internationale et les programmes d'expansion des marchés du Canada sont pleinement intégrés aux grandes initiatives du gouvernement fédéral pour réaménager le climat des affaires au pays. C'est un processus permanent qui ne cesse de s'accélérer.

Afin de favoriser une population active hautement qualifiée et concurrentielle, nous devons réformer nos politiques de

perfectionnement des ressources humaines. Au début d'octobre, mon collègue, le ministre du Perfectionnement des ressources humaines, présentera les documents de travail qui appuieront ce renouveau.

Le Canada a besoin d'une population active qualifiée, scolarisée et souple pour attirer l'investissement. Cette population active ne peut pas tout simplement être créée par mesure législative. Cette population active sera constituée de gens qui ont confiance en eux-mêmes et dans leur avenir, mais qui ont d'abord besoin de formation et de perfectionnement. C'est pourquoi nous réexaminons actuellement notre système de sécurité sociale pour trouver des politiques qui nous doteront d'une population active forte, concurrentielle et englobant chaque Canadien qui peut travailler.

Un autre collègue, le ministre de l'Industrie, s'est efforcé de faire de l'investissement public dans la science et la technologie une ressource industrielle stratégique plus efficace. Mentionnons à cet égard le Réseau technologique canadien, qui vise à encourager les firmes et les établissements de recherche à élaborer et à utiliser le type de technologie de pointe requis pour soutenir la concurrence sur les marchés du monde.

Le défi de la concurrence mondiale sous-tend tout plan d'entreprise sérieux. Et c'est en relevant le défi de la concurrence que vous pourrez le mieux voir si votre société est vraiment compétitive.

L'arithmétique est simple. Sur le marché mondial de nombreux produits et services spécialisés, le Canada ne compte souvent que pour environ 1 p. 100 de la consommation. Les sociétés qui n'exportent pas ignorent souvent littéralement 99 p. 100 de leurs clients potentiels.

Il est un peu plus difficile d'exporter avec succès. Dans la majorité des cas, il faut procéder graduellement, en prenant à chaque étape le temps de demander conseil et de s'informer sur ce qui s'annonce.

Les propriétaires et cadres de PME que je rencontre affirment qu'ils sont constamment à la recherche d'informations sur les débouchés qui s'offrent et sur la façon de les exploiter.

Mon ministère a justement pour mission d'offrir ce type d'orientation aux exportateurs, surtout aux petites et moyennes entreprises qui ont le plus besoin de notre aide.

À titre d'exemple, notre programme d'appui des foires et missions met maintenant davantage l'accent sur les PME. Puis nous avons des programmes pour fournir une formation pratique aux nouveaux

exportateurs dans les États américains frontaliers, au Mexique et en Europe.

WIN Exports, notre répertoire électronique des firmes canadiennes capables de relever les défis de l'exportation, de même que notre programme d'information commerciale et de renseignements sur les marchés sont aussi en voie d'être améliorés pour mieux répondre aux besoins des petites entreprises qui cherchent des créneaux à l'étranger.

Nos délégués commerciaux affectés dans plus de 100 pays sont appuyés par une gamme de programmes et de services d'information spécialisée et de promotion commerciale.

Le Service des délégués commerciaux a 100 ans d'expérience dans l'ouverture de marchés étrangers. Il connaît bien la situation des marchés et peut aider les exportateurs à affronter des environnements commerciaux étrangers complexes.

Les efforts de mon ministère pour aider les exportateurs commencent par le commencement, c'est-à-dire lorsqu'un entrepreneur envisage pour la première fois d'exporter.

À cette fin, mon personnel collabore étroitement avec le Forum pour la formation en commerce international, le FITT, dont la philosophie est que, pour affronter avec succès la concurrence à l'étranger, la société qui veut exporter doit agir comme un coureur de fond qui s'entraîne pour un marathon. C'est pourquoi le FITT offre une large gamme de services qui peuvent être adaptés aux niveaux d'aptitude et d'expérience des participants. Cette année, le programme est donné dans 30 collèges communautaires du Canada; environ 1 000 étudiants s'y sont inscrits.

Le FITT est une grande initiative modelée sur les mécanismes de formation gouvernement-secteur privé qui sont depuis longtemps utilisés en Allemagne et au Japon. À ce titre, le FITT a reçu des crédits fédéraux et provinciaux de même que l'appui de plusieurs associations de gens d'affaires, dont la Chambre de commerce du Canada, l'Association des exportateurs canadiens et l'Association des manufacturiers canadiens.

Le FITT représente un niveau de coopération jamais vu auparavant dans les cercles d'exportateurs canadiens, et constitue un modèle que le gouvernement tente d'élargir en amenant un plus grand nombre de nouveaux intervenants et partenaires à collaborer avec les PME — surtout les banques et les autres institutions financières.

À cet égard, j'ai tenu avec mes collègues les ministres des Finances et de l'Industrie des discussions intensives avec la communauté bancaire pour rechercher de nouvelles façons de

renforcer collectivement la capacité d'exportation des petites entreprises.

Je suis heureux de dire que nous avons fait de bons progrès. Par exemple, un nouveau concept prometteur est en voie d'être élaboré par la Société pour l'expansion des exportations [SEE], en association avec les institutions financières canadiennes. Il s'agit d'accroître les crédits de roulement consentis aux petits exportateurs, en amenant leur banque locale à mieux appuyer financièrement leurs ventes à l'étranger sur le court terme.

La deuxième initiative que la SEE poursuit dans le prolongement de nos discussions avec les banquiers va engager plus activement les institutions financières dans le crédit à moyen terme. Elle devrait accroître la capacité d'une institution financière de fournir des crédits à moyen terme aux acheteurs étrangers de biens et de services canadiens. Elle aidera les exportateurs canadiens en leur offrant une autre option de financement, et en renforçant ainsi leur capacité de soutenir la concurrence sur les marchés du monde.

Je suis persuadé que le fructueux partenariat qui s'est établi entre la Société pour l'expansion des exportations et les banques se développera, de sorte que de nouveaux programmes de ce type en faveur des PME pourront être annoncés bientôt.

Aujourd'hui, je suis heureux de pouvoir annoncer que la Société pour l'expansion des exportations et la Banque Toronto-Dominion sont devenus des partenaires dans un programme de financement pour le secteur des pièces automobiles.

Ce programme donne un meilleur accès au capital de roulement dont ont besoin les entreprises de taille modeste, qui sont de plus en plus souvent tenues de financer les coûts de la conception et de la mise au point d'outils et de moules. Le secteur des pièces automobiles est extrêmement important pour l'économie; l'an dernier, ses expéditions ont totalisé 16,3 milliards de dollars, dont 85 p. 100 se composaient d'exportations.

Dans la même veine, je suis encouragé par un nouveau programme qu'annoncera sous peu mon collègue le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux. Cette initiative aidera grandement les PME exportatrices à obtenir un financement pré-expédition par le biais des réseaux de succursales bancaires. Le Programme d'acomptes servira de partenariat entre les banques et la Corporation commerciale canadienne, selon les compétences de chaque partenaire.

Outre ces initiatives, je suis enchanté de mentionner le nouveau programme de formation annoncé par l'Association des banquiers canadiens [ABC].

Dans les prochains mois, l'ABC lancera un programme de séminaires pour les directeurs de banque et leurs administrateurs. Le programme vise à refocaliser les banquiers sur les marchés d'exportation, à les mieux renseigner sur le processus d'exportation et à élargir leur connaissance des programmes et services gouvernementaux offerts aux exportateurs.

Les séminaires seront offerts aux banquiers du pays par l'Institut des banquiers canadiens et appelleront à tout le moins la participation de responsables régionaux et de spécialistes du commerce des banques, ainsi que de représentants de la Société pour l'expansion des exportations et du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

Je suis sûr que les séminaires aideront grandement les exportateurs à obtenir l'information dont ils ont besoin pour être plus concurrentiels à l'étranger.

Nous avons aussi collaboré avec les banques sur de nouveaux produits susceptibles d'améliorer la capacité des exportateurs d'accéder à l'information. Avec des spécialistes du commerce des banques et d'autres intéressés, nous avons préparé un carnet de route pour l'exportation et le financement des exportations — soit un guide des principales personnes à contacter dans le processus d'exportation. Le carnet de route sera diffusé par réseau de gouvernement; de plus, un certain nombre de banques le distribueront aussi par l'entremise de leurs succursales.

Pour compléter le carnet de route, une série de fiches de renseignements sur les dix principaux programmes d'aide à l'exportation sera offerte en octobre. Le carnet de route et ces fiches de renseignements contribueront à défrayer l'accès à l'information sur les services à l'exportation et sur le financement des exportations — source fréquente de frustration pour les exportateurs.

Mon ministère prépare aussi le Babillard électronique de l'InfoCentre, une banque automatisée de données sur les débouchés étrangers et sur le financement des exportations qui pourront être consultées à partir d'un ordinateur personnel équipé d'un modem. Les exportateurs qui n'ont pas accès à des ordinateurs personnels et à des modems pourront consulter l'information sur le Babillard électronique de l'InfoCentre par l'entremise des bibliothèques et des centres de commerce international, par exemple. Ce nouveau service expérimental sera lancé en octobre.

Les initiatives que je viens de décrire sont basées sur une approche coopérative du type requis pour mobiliser le potentiel d'exportation du Canada, et plus particulièrement le potentiel de nos petites et moyennes entreprises.

La coopération fédérale-provinciale est un ingrédient essentiel de la formule. À cet égard, je tiens à féliciter le gouvernement de l'Ontario pour avoir annoncé la semaine dernière une série d'initiatives au profit des exportateurs ontariens.

Cela suppose l'acquisition d'une mentalité de coopération totale entre le gouvernement de l'Ontario et le fédéral pour une prestation efficace, rapide et économique des services aux entreprises. Nous croyons fermement à cette approche «Équipe commerce extérieur Canada» avec l'Ontario et avec chacune des autres provinces. C'est une approche qui met au premier plan la satisfaction des besoins des entreprises canadiennes, au moindre coût pour les contribuables. Je suis sûr que vous y souscrivez tous.

Je peux vous assurer que mes collègues du Cabinet et moi-même comptons sur votre apport et sur votre coopération dans la recherche de moyens de travailler ensemble pour relever les défis et exploiter les possibilités d'un marché mondial en expansion.

Je vous remercie.