

En fait, je me rendrai bientôt à la première réunion sur la coopération entre pays de la bordure du Pacifique. À cette réunion, le Canada espère contribuer positivement à promouvoir la coopération au niveau de la région.

Je crois que notre stratégie "Horizon Le Monde" constitue un point tournant dans notre approche de la promotion du commerce. Parce que, tout compte fait, le message qu'elle véhicule se résume ainsi:

Pour livrer concurrence et prospérer dans les années 1990, les Canadiens doivent se donner le monde comme horizon. Mais ils doivent aussi être présents dans toutes les régions du monde.

Pour devenir des fournisseurs concurrentiels de produits et de services à valeur ajoutée, nous devons non seulement produire, mais aussi apprendre à vendre ce que nous produisons.

Pour vendre, nous devons connaître non seulement nos produits, mais aussi nos clients.

Et pour connaître vraiment nos clients, nous devons apprendre et respecter leur langue, leurs coutumes et leur culture.

C'est pourquoi je crois avoir juste devant moi notre arme commerciale secrète - notre communauté multiculturelle.

Depuis 1945, le Canada se transforme en véritable microcosme du monde.

Plus de 37 pour cent de la population totale du Canada se composent de personnes d'ascendance non-britannique et non-française.

Les communautés multiculturelles composent maintenant la majorité de la population de chaque grand centre urbain à l'ouest du Québec, et à peu près 70 pour cent de la population de Toronto.

Et la moitié de nos petites entreprises sont maintenant détenues ou exploitées par des Canadiens provenant de diverses cultures.

Cette diversité culturelle a fait du Canada un pays meilleur et plus intéressant. Je crois qu'elle nous donne un avantage concurrentiel unique dans la grande diversité qui compose le marché planétaire.

En Europe de l'Est par exemple, les Canadiens d'origine hongroise, polonaise et ukrainienne devraient nous aider grandement à développer nos liens économiques en cette période qui nous ouvre des perspectives sans précédent.