

*Les crédits*

Cette politique commerciale à deux volets est au cœur de notre stratégie globale. Celle-ci s'accompagne des quelques éléments pratiques suivants. Nous dépêchons des conseillers en placement du secteur privé dans des endroits stratégiques du monde entier. Nos agents commerciaux font une promotion plus dynamique de l'investissement au Canada. Nous tenons maintenant quelque 2 000 événements de nature commerciale par année. Nous avons aussi un programme étendu de communications et de publicité, sans compter les activités de R-D à l'étranger. Ces activités ont lieu non seulement au Canada, mais aussi à l'étranger et maximisent l'accès à la R-D à l'extérieur du pays. Elles ont été renforcées. Nous avons maintenant 32 agents à 24 postes, qui répondent à près de 3 000 demandes sur la technologie par année.

Les efforts que nous déployons en vue d'accroître l'efficacité de notre programme de commercialisation internationale s'appuient surtout sur le programme bien connu de développement des marchés d'exportation, le PDME. Ce programme, qui a un budget annuel de 35 millions de dollars, prévoit la participation de sociétés à des foires et missions commerciales et tend à soutenir les efforts de commercialisation des sociétés canadiennes. Nous avons adapté le PDME à l'évolution sur la scène internationale, afin de mieux venir en aide aux petites entreprises.

En tant que ministre chargé des Petites entreprises, je suis extrêmement heureux de constater que ce programme, qui était quand même avantageux pour la grande entreprise sous le gouvernement précédent, répond beaucoup mieux aux besoins des petites entreprises. Je pourrais montrer aux députés le guide qui a été publié la semaine dernière et qui s'adresse aux entreprises canadiennes souhaitant exporter aux États-Unis. Le document en question est très utile pour toute petite entreprise de votre circonscription qui ignore comment exporter ses produits aux États-Unis, qui a besoin d'un guide d'introduction et d'une certaine aide.

Nous avons donc adapté le PDME aux besoins des petites entreprises ainsi qu'à ceux des grandes et moyennes entreprises, et cela fonctionne très bien. En 1989, 59 p. 100 des crédits accordés en vertu du programme sont allés à des entreprises canadiennes dont les ventes totales étaient inférieures à deux millions de dollars. Ainsi, je suis très heureux que non seulement ce programme fonctionne bien, mais également qu'il soit mieux équilibré.

Nos efforts de commercialisation s'appuient également sur nos délégués commerciaux. Quelque 240 délégués commerciaux établis dans 129 pays sont chargés d'analyser les marchés, de favoriser l'adaptation des entreprises à ces derniers, de promouvoir l'investissement étranger et de faire un bilan de la technologie étrangère.

En outre, afin de nous assurer que ces services de haute qualité sont offerts à un plus grand nombre d'entreprises canadiennes, nous avons ouvert 12 centres de commerce international dans tout le pays. Ces centres permettent aux sociétés qui exportent ou souhaitent le faire d'obtenir au niveau local tous les services qu'offre le ministère. Le Canada est confronté à un problème fondamental que tente de solutionner ce gouvernement, et c'est la prise de conscience. Les gens ignorent tout simplement l'importance des exportations et la manière de procéder. Nous avons un programme pour stimuler cette prise de conscience en améliorant la capacité d'exporter des petites et moyennes entreprises et en les appuyant.

• (1200)

Divers programmes ont la même orientation. Il existe, par exemple, des colloques sur la haute technologie, des programmes d'information sur les marchés pour l'exportation et sur les subventions à l'exportation. Des tournées pancanadiennes sur les investissements en technologie ont été organisées de même que des rencontres spéciales et des séances d'information portant sur des sujets qui vont de l'Accord de libre-échange et de l'Europe 1992 au contrôle des exportations et au transport. Ces événements se sont révélés extrêmement utiles au Canada pour aider le monde des affaires à prendre conscience des possibilités d'exportation.

En 1988, le ministre du Commerce extérieur annonçait avec plaisir un programme quinquennal de 57 millions de dollars qui visait avant tout à stimuler le commerce avec les États-Unis. Le thème est excellent et a engendré divers programmes, comme le programme Nexus, le programme NEBS et un plus vaste, l'automne dernier, dont les députés se souviendront. Le premier ministre annonçait alors la mise sur pied d'une série de programmes, au coût de 93,6 millions de dollars, dans le but d'aider les entreprises à déployer de plus grands efforts pour percer le marché mondial en mettant l'accent sur l'Europe et sur les pays du Pacifique. Au cours des deux dernières années, le gouvernement a consacré plus de 150 millions de dollars à l'expansion commerciale et ce, à un moment où les budgets se resserraient partout. C'est un exemple très clair de la volonté du gouvernement de sensibiliser davantage les Canadiens aux exportations et de promouvoir ces dernières grâce aux foires commerciales, aux transferts des connaissances et des techniques, etc.

J'aimerais résumer ce qui s'est passé. Nous avons des chiffres très intéressants que personne, je pense, n'a jamais mentionnés à la Chambre. Grâce aux efforts que nous avons déployés, nos clients ont signalé pour 1989-1990: 1 736 ventes d'exportation, d'une valeur de 4,8 milliards de dollars; 129 nouvelles coentreprises et contrats de licence, d'une valeur de 198 millions de dollars; 68 investissements étrangers au Canada, d'une valeur de 746 millions de dollars; 62 investissements