

l'essai, nous nous poserons deux questions : quels compromis faut-il alors faire? pouvons-nous rapprocher des intérêts et des valeurs disparates?

Avant de commencer, nous devons nous entendre sur la carte à utiliser. La géographie en Asie-Pacifique est définie autant par l'histoire et les intérêts que par la latitude et la longitude. (Par exemple, l'APEC, qui compte 18 membres, comprend le Canada, les États-Unis, le Mexique et le Chili, mais non la Russie qui donne pourtant sur le Pacifique.) Pour circonscrire l'essai, nous considérerons que l'Asie-Pacifique comprend tous les pays d'Asie donnant sur le Pacifique, au sud de la Russie, toutes les îles et les États insulaires du Pacifique occidental, ainsi que la Nouvelle-Zélande et l'Australie. Nous inclurons également l'Asie du Sud-Est, à l'ouest de la Birmanie, car, de plus en plus, les pays de cette région se voient eux-mêmes comme les voisins de l'Asie-Pacifique.

Les questions dans le contexte : économie et sécurité

Les ministres canadiens du commerce ne se font pas prier (ils sont payés pour ça) pour battre le fer tant qu'il est chaud. Comme l'a souligné récemment un ministre, la région de l'Asie-Pacifique est un géant qui s'est éveillé. Les statistiques le montrent clairement : d'ici l'an 2000, la région représentera 60 % de la population, 50 % du PIB et 40 % de la consommation de la planète. D'ici 2020, sept des dix grandes économies du monde seront en Asie-Pacifique. Aucune entreprise ni certainement aucun pays ne peut se permettre d'être absent de cette grande et nouvelle puissance économique. En fait, depuis 1983, le Canada a fait plus d'échanges bilatéraux outre-Pacifique qu'outre-Atlantique. Après les États-Unis, cinq des dix principaux partenaires commerciaux du Canada sont asiatiques (Japon, Chine, Corée du Sud, Hong Kong et Taïwan).

Ce qui ne veut pas dire toutefois que les Canadiens possèdent nécessairement une part du très dynamique marché des échanges et des investissements de l'Asie-Pacifique. En vérité, bien que les échanges bilatéraux avec la région aient augmenté, le commerce avec l'Asie-Pacifique était en 1996, en pourcentage du commerce total du Canada avec le reste du monde, moins important qu'en 1989. La part du Canada dans ce marché a aussi diminué. Ces deux faits, c'est-à-dire un marché en pleine expansion et la diminution de la part du Canada dans celui-ci, aident à expliquer pourquoi les campagnes de promotion d'Équipe Canada dirigées par le Premier ministre ont été aussi intenses; ils donnent aussi une idée des dilemmes qui se posent quand la poursuite de la «prospérité» se heurte à d'autres objectifs du Canada. La promotion du commerce ne va pas toujours nécessairement dans le sens de celle des droits de la personne ou d'une paix ordonnée dans la région.