

nations; et des guerres commerciales qui appauvriraient les pays qui dépendent le plus du commerce, le Canada par exemple.

Les diplomates tentent justement d'empêcher cela. Ils sont aussi là pour vendre les biens et services canadiens. Par le biais des 127 bureaux commerciaux du Canada à l'étranger et des centres du commerce international implantés dans toutes les régions du pays - dont un à Edmonton et un à Calgary -, nos diplomates tentent de repérer les nouveaux marchés prometteurs, d'ouvrir des portes à l'étranger, d'organiser la participation à des foires commerciales et de promouvoir les coentreprises et les alliances entre firmes canadiennes et étrangères. L'an dernier, les 818 agents commerciaux du Canada ont directement aidé les entreprises canadiennes à générer pour 5,1 milliards de dollars d'exportations. C'est plus de 6 millions de dollars par agent. Ils ont traité 130 000 demandes de renseignements présentées par des exportateurs canadiens qui recherchent des débouchés, et 124 000 demandes de renseignements provenant d'importateurs étrangers intéressés par les produits canadiens.

Je ne pense pas que ce soit un mauvais investissement, surtout pour un pays où le commerce extérieur génère plus de 30 % du Produit national brut (PNB), 3 millions d'emplois et 5 000 \$ pour chaque homme, femme et enfant. Cet investissement deviendra encore plus crucial alors que le commerce devient plus concurrentiel et que de nouvelles régions et de nouvelles économies se développent.

Songons à quel point nos secteurs industriels dépendent des exportations. Pour l'industrie de la pêche, c'est à environ 80 %; pour le bois d'oeuvre résineux, à 70 %; pour l'aérospatiale, à quelque 73 %; pour les ordinateurs, à plus de 90 %; pour la pâte de bois, à 80 %; et pour les produits pétrochimiques, à 40 %. Et songons à quel rythme cette dépendance s'accroît dans d'autres secteurs. En 1973, les exportations représentaient 26 % des ventes de matériel minier. Dans la deuxième moitié des années 80, elles représentaient 73 % des ventes. Dans le secteur du matériel de communication, les exportations sont passées de 16 à 37 % et, dans celui du matériel de construction, de 32 à 52 % pendant la même période.

L'importance accrue des exportations pour assurer la croissance et l'intensification de la concurrence sur les marchés ont obligé les entreprises canadiennes à consacrer de plus en plus de temps aux questions internationales. On nous dit que les moyennes et grandes entreprises canadiennes consacrent maintenant jusqu'à 75 % de leur temps à des questions de relations avec l'étranger. Elles le font peut-être pour développer des marchés. Ou peut-être pour élargir leurs activités. Ou peut-être parce qu'elles redoutent l'instabilité dans le Golfe, en Afrique du Sud, en Amérique centrale ou ailleurs. Ou peut-être parce qu'elles sont préoccupées par d'autres problèmes internationaux