

- coorganiser des séminaires avec l'Association des exportateurs canadiens, axés sur les nouveaux débouchés offerts par le marché américain, ainsi que des séminaires sur le système américain d'achats gouvernementaux et le financement des exportations; et
- publier de nouvelles études sur les exportations et de nouveaux répertoires liés à ce domaine.

Le **second pilier** de la nouvelle stratégie d'expansion commerciale est la Communauté européenne (CE), soit le premier exportateur et importateur du monde en importance. Notre commerce avec la CE assure plus de 200 000 emplois aux Canadiens. Depuis 1983, nos échanges commerciaux avec ce marché sont déficitaires.

La Communauté européenne est en pleine évolution. D'ici à 1992, elle prévoit éliminer pratiquement tous les obstacles au mouvement des personnes, des capitaux, des biens et des services à l'intérieur de la Communauté. Elle a également l'intention de s'assurer que les normes et formalités de certification à l'intérieur de la Communauté soient harmonisées afin de réduire les obstacles techniques au commerce intérieur et extérieur, et améliorer la compétitivité de l'Europe. Étant donné que les changements prévus d'ici à 1992 peuvent avoir d'importantes retombées sur les exportations canadiennes et sur notre compétitivité par rapport aux sociétés européennes, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada a pris l'initiative d'un nouveau programme fort ambitieux comportant les éléments clés suivants :

- sensibiliser les exportateurs canadiens, grâce à des séminaires et à des études, aux principaux changements qui se produisent dans la CE et à leurs répercussions sur l'accès à ce marché et sur les affaires avec lui;
- protéger les intérêts canadiens dans la CE en prévision de l'intégration de 1992;

- axer les efforts d'expansion commerciale sur les secteurs qui offrent aux exportateurs canadiens les plus grandes possibilités de croissance;
- encourager la conclusion d'alliances stratégiques entre des sociétés canadiennes et européennes;
- promouvoir l'investissement européen au Canada et faciliter l'investissement canadien en Europe; et
- favoriser la participation canadienne aux grands projets de recherche et de développement européens afin de faciliter l'accès des Canadiens à la technologie européenne.

Le **troisième pilier** de la stratégie d'expansion commerciale du Canada est la région de l'Asie et du Pacifique. En l'an 2000, cette région pourrait avoir 60 pour cent de la population mondiale, représenter 50 pour cent de son activité économique et consommer 40 pour cent des biens et services vendus dans le monde. Le commerce du Canada avec le Japon pourrait atteindre 40 milliards de dollars par an au tournant du siècle, et notre commerce avec les Quatre Tigres (Taiwan, Corée du Sud, Singapour et Hong Kong) pourrait s'élever à 10 milliards de dollars. En l'an 2000, la classe moyenne de l'Inde pourrait dépasser la population totale des États-Unis. Ce ne sont là que quelques-unes des raisons pour lesquelles le Canada doit accorder beaucoup plus d'attention à cette région.

En bref, la stratégie d'expansion commerciale du Canada en Asie et dans le Pacifique vise à :

- renforcer et améliorer la présence et la représentation commerciale du Canada sur les marchés les plus importants de l'Asie et du Pacifique;
- axer la promotion commerciale d'envergure sur les secteurs offrant aux exportateurs canadiens, surtout pour les petites et moyennes entreprises, les plus grandes possibilités de croissance;