

## Une optique nouvelle du commerce international

Le gouvernement fédéral s'est engagé à préparer une stratégie dynamique et indépendante sur le commerce international, stratégie qui favorise et consolide les échanges en matière de commerce, de technologie et d'investissements, et ce, à l'échelle mondiale. Il est essentiel pour l'avenir économique du Canada de renouveler la démarche habituelle en matière de relations commerciales, ce qui permettra d'atteindre nombre d'objectifs sur le plan social, en particulier la création d'emplois de qualité spécialisés.

Dans ce contexte, seules des politiques économiques nationales judicieuses sont à la base de cette démarche. Cependant, il est de plus en plus évident que l'économie du Canada repose sur la mondialisation des marchés. Déjà, les exportations canadiennes représentent environ 40 p. 100 de la production totale du secteur privé, et plus de 2 millions d'emplois dépendent directement ou indirectement des exportations de produits et de services. Selon les estimations, chaque milliard de dollars en nouvelles exportations permet de créer 9 000 emplois. Parmi les pays du G-7, le Canada, après l'Allemagne, est celui qui dépend le plus du commerce extérieur (fig. 1).

Heureusement, les entreprises canadiennes peuvent se prévaloir d'un nombre sans précédent de possibilités d'exportation et d'investissements. Dans certaines régions du monde, dont la région de l'Asie-Pacifique et une grande partie de l'Amérique latine, l'économie devrait prospérer tout au long des années 90 (fig. 2). La conclusion heureuse de l'Uruguay Round des négociations du GATT et l'entrée en vigueur, le 1<sup>er</sup> janvier 1994, de l'ALENA ouvriront également les marchés.

L'exploitation de telles possibilités ne sera néanmoins pas facile. La mondialisation des activités et l'évolution technologique révèlent une incertitude croissante des entreprises sur les marchés étrangers, une concurrence plus vive, des

Figure 1 — Exportations de produits et de services en pourcentage du PIB, 1992

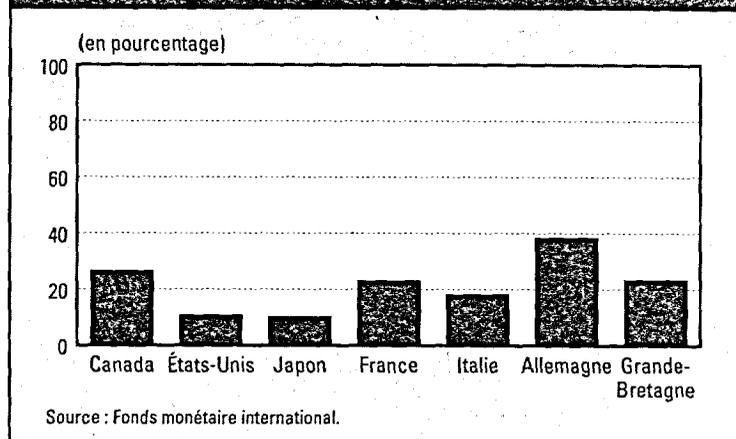
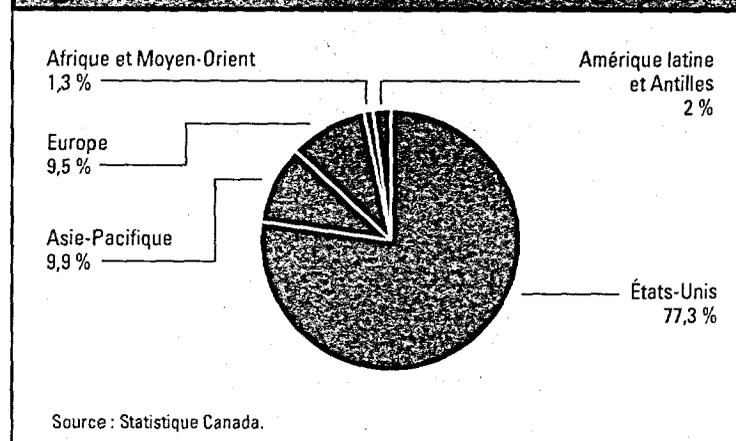


Figure 2 — Répartition des exportations par région, 1992



coûts plus élevés pour l'expansion des marchés, la mise au point des produits dont le cycle de vie est de plus en plus court.

Les coûts élevés des activités commerciales dans l'économie mondiale actuelle exigent, tant du secteur privé que du secteur public, des priorités claires, des plans solides et bien exécutés d'expansion commerciale, une faculté d'adaptation au changement et une meilleure gestion des ressources financières et humaines.

En matière de commerce international, trois grands objectifs servent d'assise à la démarche du