

d'autres pays. Nos compétences en matière de foresterie, d'exploitation minière, de transport et de communication seront de plus en plus en demande dans la bordure du Pacifique. Nos chaudières à faible consommation d'énergie, alimentées aux déchets de bois, nos techniques d'exploitation minière hydraulique, nos avions à décollage et atterrissage courts (ADAC) et notre technologie Vidéotex de pointe ne représentent qu'un échantillon des biens que les nations asiatiques en voie de développement pourraient se procurer au Canada. Et nous pouvons ajouter à cette liste de nombreuses autres possibilités : systèmes de production d'énergie hydro-électrique, équipement de forage sous-marin, matériel informatique, pour n'en citer que quelques-unes.

Le Canada peut offrir beaucoup à ses voisins du Pacifique. Outre un approvisionnement fiable en matières premières et transformées, nous offrons au Japon des possibilités d'entreprises conjointes pour la mise en valeur de nos richesses naturelles. Nous offrons un débouché de plus en plus intéressant pour les biens de consommation de ce pays, qu'il s'agisse de montres à affichage numérique, de calculatrices de poche ou des Datsun, des Honda et des Toyota que l'on retrouve par milliers dans nos villes.

Aux nouvelles nations industrialisées, nous offrons des investissements et des marchés pour le cuir et le textile, les produits du bois et de l'acier, les appareils ménagers et les jouets. Nous offrons des compétences en génie et en gestion des projets pour aider ces économies à passer des rizières aux usines de réfrigération, des sentiers et des charrettes à boeufs aux grandes autoroutes.

Aux nations en voie de développement, riches en ressources, nous offrons des crédits et des investissements, des connaissances et des compétences, de la formation et des projets conjoints. Et, pourrais-je ajouter, l'impulsion d'une vive concurrence sur nos marchés d'exportation déjà bien établis.

La concurrence sera effectivement vive. Le Canada devra donc intensifier ses efforts s'il veut obtenir sa part des possibilités qu'offre le Pacifique. Nous pourrions exploiter nos marchés actuels et profiter d'alléchantes occasions de ventes de technologie dans les économies asiatiques en voie de développement si seulement nous faisons l'effort nécessaire. Notre premier geste — et je crois que cela a été bien compris à la Conférence de Vancouver l'an dernier — sera de traverser le Pacifique et de nous y faire connaître. Le Canada doit établir une présence commerciale en Asie. Nous devons voir à ce qu'un plus grand nombre de sociétés canadiennes ouvrent des bureaux à Hong Kong, à Bangkok, à Singapour, à Tokyo et à Manille. Si l'océan Pacifique est à nos portes, les nations du Pacifique ne le sont pas. C'est à nous d'aller nous faire connaître.

Assurer une présence canadienne plus importante

Combien de nos fabricants ont des représentants en Corée ou en Indonésie ? Combien de sociétés canadiennes d'ingénierie sont bien connues dans la région du Pacifique ? Combien de contacts directs y a-t-il eu entre des entreprises de technologie canadiennes et d'éventuels acheteurs asiatiques ? Hélas, aucun, ou, au mieux, quelques-uns : telle est, trop souvent, la réponse. Mais à compter de maintenant, la réponse à la question : " Combien de Canadiens ? " sera simplement : " pas assez ". Et il en sera de même tant que les hommes d'affaires canadiens ne suivront pas l'exemple de nos financiers et qu'ils ne se rendront pas dans le Pacifique, là où nous attend notre avenir.