

À ce sujet, permettez-moi de vous parler de la première d'une série de missions commerciales outre-mer que j'ai l'intention de diriger dans le cadre de mes nouvelles responsabilités.

Moins de deux semaines après être entré en fonction comme ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, j'ai eu le privilège de diriger une délégation commerciale comprenant quelque 40 des représentants les plus dynamiques et les plus brillants de l'industrie canadienne dans une visite en Arabie saoudite, au Koweït et dans les Émirats arabes unis afin de promouvoir le commerce du Canada avec cette région.

Pour moi, il ne faisait aucun doute qu'il s'agissait d'un geste sans précédent pour renforcer nos relations commerciales déjà bien ancrées avec des pays qui manifestement ont beaucoup de respect pour le Canada. Nous avons été chaleureusement accueillis par deux chefs d'État et par les principaux ministres de chacun des pays que nous avons visités, et j'ai pu me rendre compte que les Canadiens bénéficient d'un préjugé favorable tout à fait exceptionnel en raison de notre participation en tant que membre de premier plan de la coalition pendant la crise du Golfe. À l'occasion d'un déjeuner en notre honneur à Riyad, en Arabie saoudite, il n'y eut pas moins de quatre ministres du cabinet qui se joignirent à nous pour nous souhaiter la bienvenue. Il faut y voir le témoignage non seulement de la haute considération dont jouissent les Canadiens mais également un message au milieu des affaires d'Arabie saoudite pour indiquer que le gouvernement nous considère comme des interlocuteurs de choix.

Si, de toute évidence, un aspect important de la mission commerciale portait sur les activités de reconstruction du Koweït détruit par la guerre, nous avons appris également qu'il existait au Moyen-Orient d'excellentes possibilités commerciales à d'autres points de vue. Les perspectives qui s'offrent à nous revêtent, à mon avis, un double aspect : d'une part, le contrecoup de la guerre s'est fait sentir tout particulièrement au Koweït en donnant lieu à des besoins spéciaux. D'autre part, il existe en Arabie saoudite et dans les Émirats arabes unis des possibilités commerciales plus permanentes qui dépassent nettement le cadre de la reconstruction d'après-guerre.

De toute évidence, le Moyen-Orient est un marché qui requiert une planification stratégique soignée si l'on veut en tirer pleinement parti. Il ne faut pas croire qu'il suffit d'avoir accès à un télécopieur ou à un téléphone pour réaliser des ventes. Dans ces pays, on croit profondément à la valeur des relations de longue date et au respect mutuel. Pour faire des affaires, par conséquent, il faut compter sur les contacts personnels établis grâce à des visites répétées et à un dialogue de longue haleine. Mais le jeu en vaut la chandelle et la confiance du milieu des affaires dans ses rapports avec la région