

Par ailleurs, il ne faut pas seulement se concentrer sur la quantité de produits que le Canada exporte mais aussi sur leur nature. Le genre de marchés sur lesquels nous tentons de nous implanter, les systèmes de livraison que nous offrons, et peut-être surtout le climat de production que nous favoriserons chez nous vont à différents égards façonner l'économie canadienne des années à venir.

Il faut aussi comprendre que dans un monde où les changements sont rapides et complexes, où les institutions internationales font tout pour suivre le rythme, où les autres pays ont recours à une multitude d'instruments pour s'avantager sur les marchés internationaux et où le Canada n'est qu'une «puissance intermédiaire», il faut être plus précis dans la poursuite de nos objectifs politiques.

Certains ont laissé entendre que la «diplomatie politique» était en train de céder le pas à la «diplomatie économique». Si le Canada veut demeurer un acteur important sur une scène internationale caractérisée avant tout par le jeu des forces économiques, nous devons définir un créneau plus stratégique, moins universel dans les affaires de la communauté internationale. Plus que jamais la politique commerciale consiste à positionner le Canada dans l'économie mondiale de manière à attirer les industries et les emplois de haute technologie à haute valeur ajoutée de l'avenir.

L'important pour développer une bonne stratégie pour le Canada est de commencer à dégager plus précisément nos priorités nationales, par régions et par secteurs, après avoir évalué beaucoup plus clairement où se situent nos intérêts économiques. Dans la pratique, cela veut dire travailler directement avec nos secteurs d'exportation à la détermination des grandes priorités commerciales. Et cela signifie utiliser tous les outils d'action à notre disposition - multilatéraux, régionaux et bilatéraux - pour réaliser des objectifs bien établis. Dans un monde idéal, la libéralisation du commerce se ferait multilatéralement sur le plus de fronts possible. Malheureusement, nous vivons dans un monde imparfait et changeant. Nous devons être prêts à manier toute une gamme d'instruments de politique commerciale pour atteindre nos objectifs d'accès aux marchés.

Monsieur le Président, j'aimerais vous exposer quels devraient être nos trois objectifs dans un futur rapproché. Premièrement, nous devrions commencer à définir nos priorités régionales. L'Europe est encore un marché de premier ordre pour bien des exportations canadiennes et une source importante de capital d'investissement; nous continuerons de porter grandement attention au marché transatlantique. Par ailleurs, le marché des États-Unis et la bonne gestion de nos relations commerciales avec notre voisin sont fondamentales pour la prospérité économique du Canada. Mais nous devons aussi être conscients que les taux de croissance les plus élevés et les débouchés les plus prometteurs se trouvent en Amérique latine et surtout de l'autre côté du Pacifique, en Asie. De plus, c'est sur ces marchés naissants que