

Les impératifs de la compétitivité et de la croissance du secteur industriel nous imposent de compléter nos efforts de recherche par de nouvelles techniques d'excellence d'origine étrangère. Il est parfois difficile d'acquérir les toutes dernières technologies étrangères et de les disséminer au Canada. Comment les programmes du gouvernement à l'étranger peuvent-ils le mieux appuyer l'activité du secteur privé? L'industrie canadienne accepterait-elle de prêter au gouvernement du personnel expérimenté pour recenser les nouvelles techniques importantes à l'étranger et communiquer cette information aux entreprises qui en ont besoin?

Les techniques avancées ne sont pas toutes à vendre. Dans certains domaines, si nous n'avons pas nos propres programmes complémentaires et ne contribuons pas au perfectionnement de la technologie, nous ne pouvons avoir accès aux connaissances étrangères de pointe. Cela est particulièrement vrai lorsque la recherche à l'étranger est stimulée par des programmes publics. Les programmes de défense fournissent à l'industrie canadienne l'occasion de développer des produits de haute technologie, notamment dans les secteurs de l'électronique et de l'aérospatiale, ainsi que de participer à des projets de «fine pointe». Comment le gouvernement, l'industrie (y compris les entreprises multinationales) et les autres centres de recherche peuvent-ils optimiser leur coopération afin de rester à la pointe de la technologie?

Les initiatives de commercialisation des exportations, de même que les efforts pour renforcer notre compétitivité au plan international et améliorer notre accès aux marchés extérieurs, forment les principaux éléments d'une stratégie nationale du commerce. Le gouvernement fédéral et les provinces ont accepté de collaborer avec le secteur privé et le monde syndical pour en arriver à une approche davantage focalisée, homogène et dynamique de la promotion des exportations. Cela permettra un meilleur partage de l'information sur les activités de promotion du commerce et une meilleure coordination des ressources fédérales et provinciales au Canada et à l'étranger. D'autres activités à plus long terme — comme le repérage des marchés de concentration et l'élaboration de mécanismes appropriés pour aider nos entreprises à acquérir de nouvelles techniques — feront l'objet d'autres discussions entre le fédéral, les provinces et le secteur privé dans les mois qui viennent.

Notre approche de l'expansion du commerce doit être fondée sur les besoins et sur l'engagement du secteur privé. Travaillant ensemble, les secteurs public et privé doivent se concentrer sur les grands marchés de croissance. Nous devons également trouver de meilleurs moyens de mesurer l'efficacité de nos activités de promotion du commerce et de l'investissement. Le gouvernement prend des mesures pour renforcer les ressources de promotion du commerce dans les régions où les possibilités sont les plus prometteuses, surtout dans la région de l'Asie et du Pacifique. Faudrait-il faire plus? Par exemple, faudrait-il ouvrir de nouvelles missions? Où? Et, étant donné les réalités budgétaires, où devraient être prises les ressources nécessaires?

*Notre approche de la promotion du commerce doit se fonder sur les besoins et sur l'engagement du secteur privé.*

Pour être efficaces, les programmes gouvernementaux doivent reposer sur une idée nette de la nature et de la composition de nos échanges commerciaux. L'essor des entreprises multinationales s'est accompagné d'un accroissement correspondant du volume des échanges internationaux intra-société. Bien qu'il soit difficile d'obtenir des chiffres, on juge que plus de 50 % du commerce canado-américain pourrait être composé d'échanges intra-société et, par conséquent, n'être pas directement touché par les activités gouvernementales de promotion des exportations. Le volume des échanges peut donc constituer un