

la vigueur de notre industrie automobile. Ces deux secteurs ont été les points forts de notre pays. Ils sont à l'origine de notre prospérité et ont dominé nos échanges commerciaux.

Nous devons aujourd'hui relever de nouveaux défis. Il nous faut aller plus loin pour offrir les produits et les services de qualité supérieure et à forte valeur ajoutée qui nous permettront de continuer à améliorer notre niveau de vie et notre qualité de vie.

Nous ne pouvons ni ne devons essayer de concurrencer les produits fabriqués dans les pays où la main-d'oeuvre est bon marché en raison d'un niveau d'éducation, de formation et de technologie bien inférieur au nôtre.

Les problèmes que pose l'économie planétaire sont complexes. Les Canadiens le savent de façon instinctive. Nous en avons pris conscience ces dernières années - et plus vivement encore pendant la récession actuelle.

Comme une personne de Calgary m'a un jour résumé la situation, nous, les Canadiens, pendant 100 ans, nous avons vécu de nos ressources, et pendant les 20 années suivantes, de notre crédit. Il nous faut désormais compter sur notre cerveau, notre ingéniosité, notre dur labeur et notre imagination.

Je ne suis pas sans savoir que, pour certains, l'accroissement de la concurrence signifie une perte d'emplois. Il n'en est rien. En fait, c'est le contraire qui est vrai. L'augmentation de la concurrence se traduit par la création d'emplois.

Être concurrentiel revient à dire que les emplois sont plus pertinents, plus spécialisés, et que nous investissons davantage dans la technologie pour donner à notre population de meilleurs instruments de travail.

La compétitivité nous permet de faire du commerce. Le commerce nous rend plus concurrentiels. La compétitivité et le commerce ne sont pas un luxe superflu ou un à-côté facultatif pour l'économie canadienne. Ils sont, au contraire, au coeur même de l'économie moderne. Ils en sont l'essence et une condition de sa réussite.

Ces propos ne sont ni rhétoriques ni idéologiques, ils ne font que refléter la réalité.

On ne peut non plus nier que le marché canadien soit petit - plus grand, certes, que celui de bien d'autres pays, mais petit en comparaison avec celui de nos principaux concurrents -. Vingt-six millions d'habitants ne suffisent pas à rendre une économie prospère dans le monde moderne s'ils demeurent en vase clos.