



Après avoir visité le Japon en 1992, GAYLORD LINDAL, de *Viceroy Homes*, était convaincu qu'il y avait là un marché plein de promesses. Grâce aux efforts déployés dans ce pays, Viceroy a vu les exportations stimuler sa production, qui est passée de quelques centaines d'unités au début des années 90 à 1400 unités en 1998-1999. Le nombre d'employés, qui était tombé à 100, est maintenant remonté à 350 et continue de croître. « Nous exportons des produits à valeur ajoutée, ce qui dégage des retombées positives pour le Canada. Et cela dans un marché qui est sans doute le plus difficile à pénétrer au monde. »  
 GAYLORD LINDAL, PRÉSIDENT ET DIRECTEUR GÉNÉRAL  
 VICEROY HOMES LTD, PORT HOPE (ONTARIO)



## *L* ES PRIORITÉS COMMERCIALES DU CANADA

**Certains ont exprimé des craintes** quant aux effets de la mondialisation des marchés sur le commerce canadien. Ces craintes sont parfois exagérées, mais d'autres sont tout à fait légitimes. Le changement suscite toujours de nouveaux défis, et ceux-ci réclament toute l'attention des gouvernements, dont la tâche est de maximiser les bienfaits apportés par ces changements et d'en atténuer les effets défavorables.

À la fin de novembre, le Canada entamera des discussions avec plus de 130 pays membres de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) lors de la troisième conférence ministérielle de l'OMC, qui aura lieu à Seattle (dans l'État de Washington). Ces entretiens porteront sur les accords antérieurs de l'OMC et sur le nouveau cycle de négociations, qui doit débuter en 2000.

La participation active du Canada aux réunions de l'OMC souligne la détermination du gouvernement de veiller à ce que les règles régissant les transactions commerciales à travers le monde soient équitables.

Puissance moyenne, le Canada doit parfois concurrencer des pays qui n'hésitent pas à jouer des coudes. Nous ne sommes pas en mesure d'égaliser les subventions et les autres avantages déloyaux que certains pays offrent à leurs industries et à leurs agriculteurs. C'est pourquoi il faut mettre en place des règles que tous les pays s'engageront à respecter. Le Canada est tout à fait capable de soutenir la concurrence sur les marchés internationaux, mais il faut que les règles du jeu soient équitables, qu'elles soient claires et qu'elles soient appliquées uniformément envers tous.

Pour pouvoir bénéficier des avantages qui découlent des échanges internationaux, tous les participants doivent connaître les règles en vigueur et accepter de s'y conformer.



En 1998-1999, plus de 60 % des produits pharmaceutiques vendus par *Dominion Veterinary Laboratories* étaient destinés aux marchés étrangers. Les ventes aux États-Unis valaient 3,5 millions de dollars, tandis que les expéditions vers le Moyen-Orient atteignaient 400 000 dollars. Les exportations se sont accrues très rapidement ces dernières années, passant de 25 000 dollars seulement en 1994-1995 à leur valeur actuelle d'environ 4 millions. « Ces chiffres montrent qu'une entreprise familiale peut laisser sa marque sur le marché international. L'exportation nous a ouvert d'excellentes possibilités. »  
 SHELDON EARN, PRÉSIDENT  
 DOMINION VETERINARY LABORATORIES, WINNIPEG (MANITOBA)