

Elle s'écrivait I-F-S-M-L-T-P-R-E-A

Les Canadiens ont beaucoup moins de finesse que les Chinois et la formule ne contient aucune conclusion cachée. En termes purs et simples, elle signifie «il faut se manger le train pour réussir en affaires». Nous pouvons supposer que M. Hees, tout comme le vieux dicton chinois, fait allusion à un animal quadrupède et qu'il donne le même conseil. Ce sont des mots pleins de sagesse dans le climat hautement concurrentiel auquel chacun d'entre vous sera confronté dans la Chine d'aujourd'hui et des années à venir.

Le thème de la tribune d'aujourd'hui est «La Chine nouvelle : débouchés pour le Canada au cours du siècle du Pacifique». La présence canadienne dans le marché chinois date de plusieurs décennies. En tant que marché traditionnel pour des produits canadiens, notamment le blé, la potasse et le soufre, la Chine a été un partenaire commercial fiable depuis le début des années 1960. En effet, la Chine représente le plus gros marché d'exportation du blé canadien et elle est notre cinquième partenaire commercial en importance.

Fait encore plus encourageant, le commerce bilatéral entre les deux pays a dépassé 4,6 milliards de dollars en 1992, une année record. Notre balance commerciale a été déficitaire, les exportations chinoises ayant été supérieures aux nôtres d'environ 300 millions de dollars.

C'est un signe encourageant, mais les possibilités pour le Canada d'obtenir une part de marché raisonnable et sûre en Chine sont énormes et, plus important encore, de faire une percée dans le secteur des produits de haute technologie à forte valeur ajoutée dans lequel les compétences canadiennes correspondent si bien aux priorités de développement de la Chine, en particulier dans les télécommunications, les transports, le pétrole et le gaz, la production et la transmission d'énergie, l'exploitation minière et la protection de l'environnement.

Les entreprises canadiennes se rendent également compte que le marché chinois est prêt pour les services d'ingénierie et d'architecture. En effet, depuis peu, la Chine reconnaît la valeur des échanges dans le secteur des services, ce qui devrait se traduire par d'importants débouchés pour les entreprises canadiennes dans les années 1990. Nous nous attendons en outre à ce que les services comptent pour une part croissante de notre commerce bilatéral.

Selon une étude récente, à l'heure actuelle, plus de 60 millions de Chinois ont un revenu égal ou supérieur à 1 000 dollars américains par an. Les économistes considèrent souvent que la barre des 1 000 dollars est le seuil du développement d'une société de consommation.