

réalisation de gains de productivité. Nous devons encourager les gens d'affaires à accepter d'investir dans leur productivité.

En quatrième lieu, un marché intérieur concurrentiel. Nous savons tous qu'il existe des problèmes d'inefficacité et des obstacles au commerce à l'intérieur même du marché commun canadien. L'Association des manufacturiers canadiens a constaté l'existence de 500 obstacles de ce genre, qui coûtent aux Canadiens plus de 6 milliards de dollars par an, ou 1 000 \$ à une famille de quatre personnes.

En dernier lieu, le commerce, résultat des quatre premiers facteurs. Aucun autre pays du Groupe des Sept, sauf l'Allemagne, ne compte davantage sur le commerce que le Canada. Et à l'exemple des Allemands, nous devons chercher à exploiter davantage toutes les possibilités commerciales qui s'offrent à nous.

Au cours des prochaines semaines et des prochains mois, nous chercherons à parvenir à un consensus sur la compétitivité, et nous espérons mettre au point, avec tous les intéressés, une stratégie qui permettra au Canada de prospérer dans les années 90 et d'amorcer le virage du xxi^e siècle. Qui sont ces intéressés? Tout simplement, les Canadiens, de toutes les régions du Canada.

Le Canada jouit, dès le départ, de nombreux avantages concurrentiels. Il jouit d'une géographie stratégique et de ressources naturelles sans pareilles. Nos marchés naturels, les États-Unis, les pays du Pacifique et l'Europe, sont les marchés les plus importants et les plus riches du monde.

Selon l'étude des Nations Unies sur le développement des personnes, - étude portant sur les soins de santé, l'éducation et l'environnement - le Canada est le deuxième pays offrant la meilleure qualité de vie au monde. Cependant, je pense que la plupart d'entre nous n'hésitent pas à placer le Canada bon premier. Nous voulons tous un pays prospère et uni. Ces objectifs seront les nôtres si nous relevons le défi de la compétitivité des années 90.

Merci beaucoup.