

Beijing, sont ici aujourd'hui pour partager avec vous leur expérience et leurs connaissances, et pour s'informer des besoins que vous aurez à l'avenir. Étant moi-même un ancien agent du service extérieur, je peux témoigner en pleine connaissance de cause du dévouement, des compétences et de l'expérience des hommes et des femmes qui, à l'étranger, s'emploient à accroître nos exportations. Je suis tout à fait disposé à faire de nouveau office de délégué commercial et à me rendre dans la région aussi souvent que possible afin d'appuyer votre action. Il est certain que la République populaire de Chine figurera en très bonne place sur la liste des pays où je souhaiterai me rendre. Lorsque je rencontrerai la ministre chinoise du Commerce extérieur et de la Coopération économique, madame Wu, la semaine prochaine, à Ottawa, je lui ferai part de mon désir de lui rendre visite à mon tour dans les meilleurs délais.

Dans les faits, il y a des limites à ce que le gouvernement peut faire pour favoriser les exportations vers les pays du Pacifique. Les entreprises et les organisations du secteur privé, comme le Conseil commercial Canada-Chine, sont la clé du succès à long terme. Lorsque le Conseil a été constitué, en 1978, seule une poignée d'entreprises canadiennes tentaient de se tailler une place sur un marché chinois encore limité. De nos jours, la Chine représente un marché pour un large éventail de biens et de services qui englobe toute la gamme des capacités canadiennes. Les entreprises canadiennes ont besoin de compétences et de conseils spécialisés, et leur appartenance à un conseil commercial bilatéral peut les leur procurer. En effet, les possibilités à exploiter aujourd'hui s'accompagnent du défi qui consiste à mieux définir votre rôle, à affiner vos instruments d'intervention et à élargir la composition de votre organisation. La demande de soutien sur le marché chinois n'a jamais été aussi forte qu'en ce moment.

Mesdames et Messieurs, en ma qualité de nouveau ministre, je peux m'engager à défendre les intérêts des exportateurs canadiens. Force est de reconnaître toutefois qu'au bout du compte, les secteurs public et privé devront unir leurs efforts et mettre en commun leurs ressources pour que nous puissions atteindre les objectifs qui nous sont communs. Les marchés de l'Asie-Pacifique et celui de la Chine sont riches de promesses et de possibilités. Cela dit, je ne suis pas sans savoir qu'il est parfois difficile de s'y faire une place. Cela demande un engagement à long terme et de la persévérance. Il nous faut adopter un approche du type «Équipe Canada» si nous voulons que notre action porte fruit. Cela s'applique, plus qu'à tout autre pays, à un marché comme celui de la République populaire de Chine, caractérisé par la férocité de la concurrence et, dans certains cas, par le fait que les règles du jeu ne s'appliquent pas forcément de façon uniforme à tous les participants.