

Nous devons:

- . améliorer les connaissances linguistiques et culturelles de nos gens d'affaires de sorte qu'ils puissent traiter plus efficacement avec le Japon, la Chine et les autres nations de l'Asie;
- . mieux appuyer les efforts de pénétration des marchés;
- . encourager la coopération scientifique et technologique; et
- . promouvoir les intérêts canadiens en redynamisant notre programme de communications et nos échanges culturels.

C'est ce que nous devons faire. Et c'est ce que nous allons faire.

Notre grande stratégie commerciale reposera donc:

- . sur les trois pôles de la Stratégie;
- . sur le GATT, comme porte d'accès aux débouchés offerts dans les trois méga-marchés; et
- . sur l'ALE, comme clé nous permettant de saisir ces débouchés.

Et si nous sommes concurrentiels dans ces trois méga-économies, nous serons concurrentiels n'importe où dans le monde - que ce soit en Inde, au Brésil ou en Europe de l'Est.

J'ai parlé jusqu'à maintenant de renforcement de notre capacité de concurrencer et de création de débouchés. Mais cette capacité et ces débouchés ne sont pas suffisants. Ils ne nous donneront pas grand chose si nous n'avons pas la volonté de les utiliser.

C'est peut-être là notre plus grand défi - le défi de développer une culture commerciale extravertie dans laquelle les connaissances et les compétences des Canadiens correspondent à l'importance qu'occupe le commerce international dans notre économie.

J'ai espoir que le nouveau Tribunal canadien du commerce extérieur contribuera à élargir les horizons des Canadiens par ses pouvoirs d'enquête.

Les huit centres d'études en administration internationale implantés dans toutes les régions du pays joueront