

Les sociétés canadiennes ont remporté des succès - de grands succès - en Europe. C'est d'ailleurs l'entreprise montréalaise CAMDI International qui gère l'aire de restauration du musée du Louvre à Paris. Notons qu'au pays de la haute cuisine cette première expérience a été un succès immédiat.

En Allemagne, la société Speedy Muffler King Inc. de Toronto est rapidement en train d'étendre son réseau de stations-service sous la bannière «Pit Stop» en offrant aux automobilistes quelque chose de nouveau, un service convivial.

La société PROCOR Sulphur Services Inc. de Calgary est en voie de construire sa troisième usine de formage du soufre clé en main, en Europe. Elle arrive à réaliser une production élevée à partir d'une usine de petite taille, ce qui convient parfaitement au contexte européen où les terrains coûtent cher.

Ces entreprises nous prouvent qu'il est possible d'établir des liens dynamiques avec l'Europe. Beaucoup d'entre vous peuvent témoigner des succès canadiens dans cette région. Dites autour de vous qu'une implantation en Europe constitue un élément crucial de tout plan d'exportation.

Pour ce qui est du gouvernement, je suis d'accord avec la perception que les échanges entre le Canada et l'Union européenne sur les plans du commerce et de l'investissement ont peut-être souffert ces dernières années d'un sentiment de contentement de soi ou, pire encore, de négligence.

Même si le programme canadien d'expansion du commerce et de l'investissement est déjà très dynamique en Europe, j'aimerais connaître les initiatives que vous préconisez dans les domaines de la politique commerciale et de la promotion du commerce pour que le gouvernement puisse aider les Canadiens à réussir en Europe.

Les valeurs historiques, culturelles et économiques que partagent le Canada et l'Europe constituent l'assise sur laquelle nous devons créer une association économique plus puissante. N'hésitons pas à aller de l'avant.

Merci.