

C'est l'une des raisons pour lesquelles un passeport canadien est si utile dans ce monde changeant.

Prenons deux exemples: la Thaïlande et l'Inde. Dans les années 1950, le Canada aidait activement la Thaïlande, qui était alors une société pauvre, sous-développée et ravagée par la guerre en Indochine. En 1979, nous avons pris l'initiative internationale d'aider les réfugiés de la mer. Ces actions compatissantes ont forgé une solide relation commerciale. Notre commerce avec la Thaïlande est passé de 150 millions \$ il y a neuf ans à 765 millions \$ l'an dernier. En 1982, la Thaïlande venait au 60e rang des destinations des exportations albertaines. Elle occupe maintenant le 18e rang, et les échanges ne cessent de s'accroître. C'est l'aide publique au développement qui a rendu cela possible. Aujourd'hui, l'ACDI aide l'Inde. En 1989, les exportations albertaines vers l'Inde étaient évaluées à plus de 53 millions \$, soit soixante pour cent de plus qu'en 1982. Mais en l'an 2005, l'Inde comptera 250 millions de consommateurs de classe moyenne -soit plus que la population actuelle des États-Unis.

En troisième lieu, nous devons prospecter les nouveaux marchés qu'offre ce monde en rapide mutation.

Personne ne peut prédire précisément les nouveaux débouchés que l'Asie pourrait offrir aux entrepreneurs albertains. Mais nous pouvons certainement identifier les domaines où les besoins de l'Asie peuvent être comblés par les capacités de l'Alberta; et j'espère que bien plus d'Albertains réfléchiront sérieusement aux nouvelles perspectives qui s'ouvrent outre-Pacifique.

Il se produit un changement remarquable au Japon, qui se transforme d'une économie axée sur l'exportation en une économie axée sur la demande intérieure. Le Japon est en fait en train de devenir une société de consommation. L'expansion des mises en chantier, des activités de loisir et des importations de biens de consommation montre quels secteurs de l'économie sont les plus prometteurs: les vêtements, la viande de boeuf et les aliments conditionnés, le matériel récréatif, le bois de construction et les industries connexes, et le tourisme.

Ce qui ouvre des perspectives à l'Alberta. Avec notre bois de construction, nous devons vendre des fenêtres et des portes pour les nouvelles maisons asiatiques; avec notre blé, nous devons vendre de la viande de boeuf et des aliments transformés; et avec notre charbon, nous devons vendre les produits plus sophistiqués dont les dynamiques économies du Pacifique auront besoin. Les produits à valeur ajoutée génèrent plus d'emplois et de revenus pour les Albertains. C'est dans ce domaine que la région du Pacifique offre le meilleur potentiel, et c'est dans ce domaine que l'Alberta doit se diversifier si elle veut développer son économie.