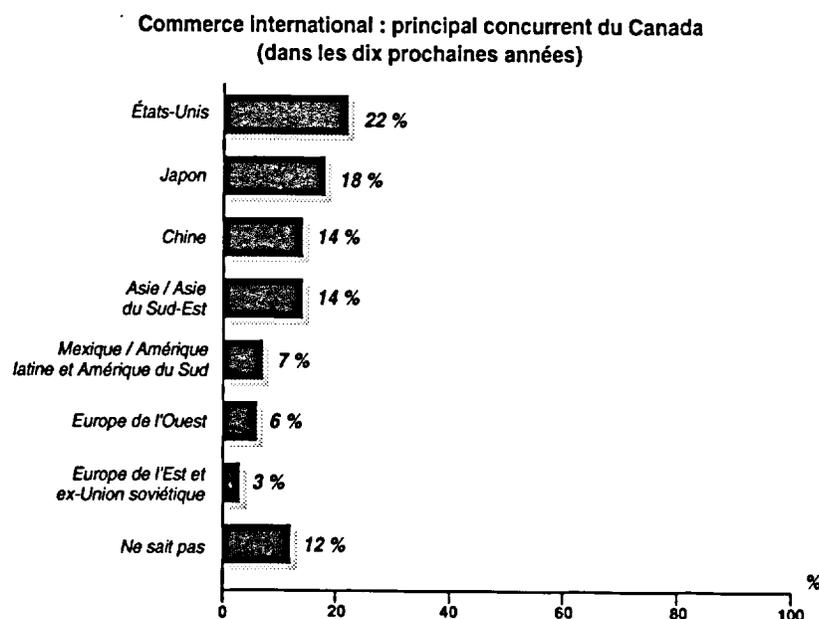


VIII.

Les Canadiens sont d'avis dans une très forte proportion (93 %) que la promotion du commerce international devrait figurer parmi les objectifs prioritaires de la politique étrangère¹⁶. Ajoutons qu'une majorité d'entre eux (52 %) souhaite voir le gouvernement accroître ses dépenses dans ce secteur. En fait, parmi les sept secteurs internationaux de dépenses publiques sur lesquels portait une question du sondage, la promotion du commerce international est celui dans lequel les répondants estiment le plus justifié que le gouvernement accroisse ses dépenses. Par ailleurs, s'ils attachent moins d'importance aux activités commerciales qu'à la recherche de la paix dans le monde et à la protection de l'environnement (voir la figure 2), les Canadiens les jugent tout de même aussi sinon plus importantes que le respect des droits de la personne, la défense du Canada ou la participation aux activités des Nations Unies.

Ce sont les États-Unis (22 %) qui, d'après les répondants, livreront la concurrence la plus forte au Canada au cours des dix prochaines années. Le Japon (18 %), la Chine (14 %) et l'Asie (14 %) suivent dans l'ordre. Près de la moitié des répondants (48 %) mentionnent l'Asie ou un pays asiatique quand on leur demande quel sera le principal concurrent commercial du Canada dans les années à venir. Malgré la conclusion de l'ALENA et le débat politique autour de cet accord de libre-échange, les Canadiens ne semblent pas vraiment se rendre compte que le Mexique et les pays d'Amérique latine risquent de menacer sérieusement le Canada sur le plan commercial, seulement 7 % des répondants étant d'avis que ces pays deviendront effectivement un jour nos principaux concurrents commerciaux. Ce qui étonne encore plus, c'est de constater que seulement 6 % des Canadiens pensent que l'Europe de l'Ouest représentera à l'avenir un important concurrent commercial du Canada.

Figure 22



¹⁶ Se reporter à la figure 2 du présent rapport, page 12.