

Notre stratégie pour 1992 est assez simple:

- . Nous procédons à une étude détaillée de l'incidence de l'Europe de 1992: des groupes de travail ont déjà été formés au sein du gouvernement et trois grandes études ont été commandées.
- . Nous prévoyons continuer d'utiliser le GATT comme principal mécanisme de nos discussions avec la Communauté européenne, reconnaissant que les réformes entraînées par l'objectif 1992 affecteront sensiblement les politiques de commerce extérieur de la Communauté.
- . Nous encouragerons les investissements dans les deux sens et nous favoriserons le développement d'alliances stratégiques entre firmes canadiennes et européennes.
- . Et nous voulons aider nos gens d'affaires à mieux comprendre les particularités des divers marchés de l'Europe.

Parce que, comme nous le savons tous, indépendamment de ce qui se passera en 1992, les Italiens, les Britanniques et les Français garderont toujours leur unicité, tout comme les Terre-neuviens et les Texans resteront toujours différents, qu'il y ait ou non libre-échange.

Voilà donc ce qu'est fondamentalement notre approche de l'Europe de 1992. Nous nous efforçons en même temps de forger de solides liens avec les pays de la bordure du Pacifique aux plans du commerce et de l'investissement.

En l'an 2000, l'Asie devrait compter pour 60 pour cent de la population, 50 pour cent de la production et 40 pour cent de la consommation mondiales. Certains croient qu'au 21<sup>e</sup> siècle, le commerce transpacifique pourrait atteindre 500 milliards de dollars.

Il est manifestement grand temps que le Canada cesse de considérer Vancouver et le Pacifique comme son arrière-cour, et qu'il recherche la place qui lui revient à l'avant et au centre de cette scène économique dynamique. Il est absolument essentiel que nous renforçons notre présence au Japon et que nous saisissons les possibilités que nous offre cette dynamique région du monde.

Nous croyons encore ici que l'ALE renforcera grandement notre capacité de livrer concurrence à l'étranger. Il aidera vraiment nos exportateurs à se lancer sur les marchés asiatiques.

Mais nous devons évidemment faire plus.