



Le Canada a été fondé par des commerçants. Du commerce des fourrures, nous sommes passés à la pêche, à l'agriculture et à l'exploitation minière, et enfin à la fabrication, au moment où l'effort de guerre a exigé la mobilisation de nos vastes ressources. Au fil des ans, le Canada a acquis une compétence dans les secteurs de haute technologie comme l'aérospatiale, les télécommunications, l'ingénierie et les transports. Nos ressources naturelles et humaines, la technologie et la stabilité demeurent la base de notre croissance et de notre prospérité. Faire du Canada la septième plus grande économie au monde n'était pas facile mais, désormais, notre pays doit relever un défi sans précédent : soutenir la concurrence, tant sur les marchés d'exportation que sur notre propre marché intérieur.

La technologie, la naissance de sociétés multinationales, l'élimination des obstacles au commerce et la hausse constante du discernement et des exigences des consommateurs sont autant d'éléments qui ont favorisé le phénomène de mondialisation. Les capitaux, les biens et les services parcourent la planète toujours plus facilement. Ce phénomène autorise les producteurs efficaces et imaginatifs à élargir leurs exploitations à l'échelle de la planète et offre aux consommateurs les meilleurs produits, au prix le plus bas possible. Par contre, cela signifie également qu'aucun marché n'est sûr. En tant que Canadiens, nous devons reconnaître ce défi et le relever avec dynamisme.

La clé de la prospérité économique au siècle prochain sera la compétitivité sur le marché international. Les grands thèmes de l'industrie dans la décennie qui commence seront l'innovation technologique, la mondialisation de l'investissement, de la production et de la commercialisation, ainsi que la capacité de s'adapter rapidement aux demandes spécifiques du marché. En 1989, le Canada était en importance au septième rang mondial des exportateurs et importateurs, gagnant trois places au classement dans la décennie écoulée. Il était huitième sur le plan du produit national brut (PNB) et 31^e par la population. Puisque près de 30 % de notre PNB est lié au commerce, le rendement commercial du Canada a des effets sur tous les Canadiens.

Si le Canada doit conserver sa place sur le plan du commerce international, et le niveau de vie élevé qui en résulte, nous devons resserrer la collaboration entre les gouvernements, les associations commerciales, les universités et les travailleurs. Et surtout, notre secteur de l'exportation devra continuer à produire des gens chevronnés, capables de hardiesse et d'innovation. Pour que les entreprises canadiennes aient accès aux marchés étrangers dans le cadre de règles commerciales équitables, le gouvernement fédéral a lancé de grandes initiatives d'orientation, par exemple l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis, et a assumé le leadership dans la ronde Uruguay des négociations commerciales multilatérales.

Pour sa part, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) a créé, depuis cinq ans, un certain nombre d'initiatives de développement des marchés, par exemple la Stratégie nationale du commerce de 1985, le Programme de promotion du commerce sur les marchés mondiaux de 1988 et maintenant, Horizon Le Monde.

John C. Crosbie
Ministre du Commerce extérieur