

C'est

ainsi que tout a commencé

Par Campbell Morrison

Avant que le ministère des Affaires extérieures ouvre ses portes en 1909, le Canada avait déjà négocié des accords commerciaux avec huit pays européens, de même qu'avec la Nouvelle-Zélande et le Japon. Il avait également envoyé de nombreux délégués commerciaux à l'étranger et augmenté de façon considérable ses exportations.

Alors que le MAECI célèbre son centenaire, il est intéressant de souligner que le Canada a commencé à jouer un tout nouveau rôle à l'échelle internationale lors de la fondation du ministère du Commerce en 1892.

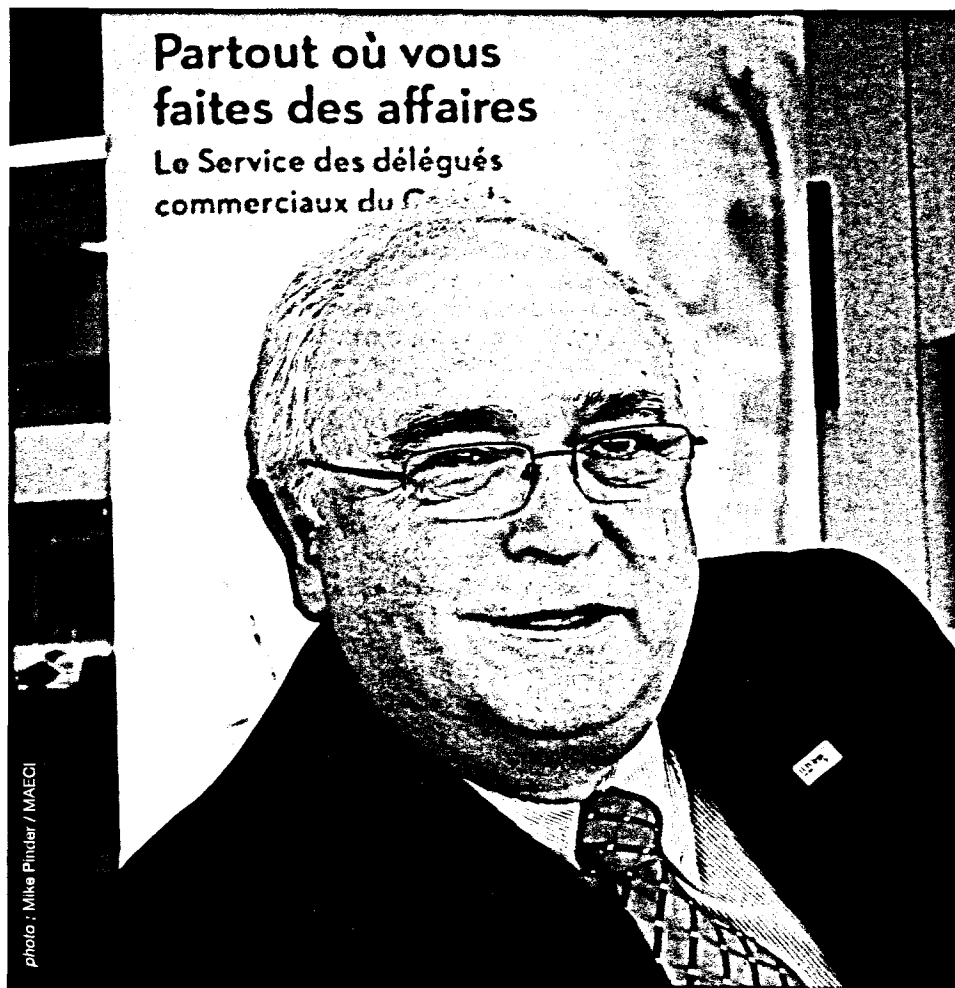
« L'importance du commerce et de l'investissement à l'étranger a été reconnue très tôt dans l'histoire du Canada », explique Ken Sunquist, qui est entré au Service des délégués commerciaux en 1973 et est aujourd'hui délégué commercial en chef et sous-ministre adjoint, Asie et Afrique.

En 1894, le Ministère a déjà créé ce qui porte aujourd'hui le nom de Service des délégués commerciaux. Le premier agent commercial, John Short Larke, ancien propriétaire d'un journal d'Oshawa, est envoyé à Sydney, en Australie, afin d'y promouvoir les produits des entreprises canadiennes. Par la suite, d'autres agents sont envoyés en Nouvelle-Zélande, aux Antilles, en Afrique du Sud, en Grande-Bretagne et en France. De plus, des agents travaillent à temps partiel en Norvège, au Japon, au Mexique, en Argentine et en Uruguay.

En moins de deux ans, le Ministère a ajouté six agents en Grande-Bretagne, un en Allemagne et un aux Pays-Bas. En 1909, un bureau ouvre ses portes à Shanghai. Des délégués commerciaux sont envoyés au Brésil, à Cuba, en Colombie, aux Bahamas, en Jamaïque, à Trinité-et-Tobago et à Terre-Neuve, qui ne fait pas encore partie du Canada à l'époque.

Grâce au Ministère, le commerce prend de l'essor. Les exportations du Canada passent de 106 millions de dollars en 1896 à 274 millions de dollars en 1911. Au cours de ces années, les exportations vers la Grande-Bretagne, alors le partenaire commercial le plus important du Canada, passent de 63 millions de dollars à 132 millions de dollars. Les exportations vers les États-Unis, le deuxième marché en importance pour le Canada à l'époque, passent de 34 millions de dollars à 104 millions de dollars.

Selon O. Mary Hill, auteure du livre *Canada's Salesman to the World: The Department of Trade and Commerce 1892-1939*, on constate les hausses les plus marquées dans les pays où des délégués commerciaux sont en poste. Par exemple, les exportations vers le Mexique se multiplient par 58, celles vers les Pays-Bas, par 16, et celles vers l'Australie, par près de 8.



Ken Sunquist, délégué commercial en chef : « La prospérité du Canada est tributaire de la réussite des exportateurs canadiens. »

« La politique commerciale du Ministère vise d'abord à tailler une place au Canada sur les marchés de l'Empire britannique et ensuite sur les marchés qui n'en font pas partie », écrit M^{me} Hill. Un autre objectif est de réduire la dépendance à l'égard de la Grande-Bretagne et des États-Unis.

Ayant su démontrer leur utilité, les délégués commerciaux demeurent un élément permanent et de plus en plus déterminant de l'effectif du gouvernement du Canada. En 1982, le Service des délégués commerciaux a été intégré au nouveau ministère fusionné, qui porte aujourd'hui le nom d'Affaires étrangères et Commerce international Canada.

Selon M. Sunquist, « le gouvernement fédéral continue à considérer comme essentielle la promotion du commerce et de l'investissement à l'étranger. Par l'intermédiaire de différentes structures, et malgré les guerres et les périodes de crise économique, les dirigeants du gouvernement ont toujours compris que la prospérité du Canada est tributaire de la réussite des exportateurs canadiens ».