

Bien que l'accord de libre-échange représente un accomplissement monumental en ce qui concerne l'avenir du Canada - accomplissement par ailleurs difficile à réaliser et auquel il a fallu consacrer d'énormes efforts - il constituait, à bien des égards, l'étape la plus facile à franchir.

Je ne veux pas dire qu'il a été facile de négocier le texte de l'accord. Je parle plutôt du fait que les États-Unis représentent pour les Canadiens un marché relativement familier - en raison, entre autres, de la similitude de nos deux peuples, du patrimoine que nous partageons, de notre longue tradition de coopération, de la proximité de nos territoires et du fait que nous avons la langue anglaise en commun.

Les perspectives commerciales qui s'offrent au Canada proviennent, cependant, d'au-delà des frontières nord-américaines - de la région du Pacifique, de l'Amérique latine et de l'Europe de l'Est et de l'Ouest.

Même si les États-Unis sont en ce moment notre plus important partenaire commercial - et que rien ne nous permette de supposer que la situation changera dans un avenir prévisible - ce sont ces autres régions qui nous offrent le plus de possibilités d'expansion commerciale. Le libre-échange n'est pas une fin en soi. Il s'agit plutôt d'une première étape, d'un moyen de consolider nos fondements économiques afin que nous puissions faire affaire avec ce nouveau monde qui s'ouvre à nous.

En d'autres mots, la santé de l'économie américaine - qui influencera de toute évidence le commerce canado-américain - est tributaire de l'ouverture de débouchés à l'étranger. Pour que l'accord de libre-échange soit à son tour fructueux, il faut donc que de nouvelles relations d'affaires soient établies ailleurs.

Si nous voulons être les maîtres plutôt que les victimes de notre destinée, il nous faut connaître les façons de procéder de nos concurrents. Nous ne pouvons nous attendre à ce que ceux-ci se plient à nos préférences, à nos coutumes ou à nos particularités.

J'ai eu l'occasion de m'entretenir avec des gens d'affaires canadiens qui lancent audacieusement de nouvelles initiatives en Union soviétique. Ce sont des hommes et des femmes qui voient loin, qui ont l'imagination fertile, à qui le fait de prendre des risques ne fait pas peur et qui sont toujours prêts à relever un défi. Mais pour un grand nombre d'entre eux, le marché soviétique est inconnu, voire quelque peu inquiétant. Il y a d'abord la langue. Et il ne s'agit pas simplement de la langue parlée. Je fais allusion au vocabulaire des affaires. Nos gens d'affaires découvrent que les concepts de base qui sont une seconde nature pour les Canadiens ne font que commencer à être compris en Union soviétique. Il y a ensuite les coutumes qui diffèrent. L'appareil gouvernemental demeure un modèle de bureaucratie et le cauchemar de l'homme d'affaires. Le processus décisionnel est