

des groupes d'entreprises pour former des grappes stratégiques et acquérir ainsi une masse commerciale suffisante pour devenir compétitives à l'échelle internationale. Ne croyez surtout pas que, parce que vous dirigez une petite entreprise, il vous est impossible d'exporter vos services. Des milliers de petites entreprises canadiennes ont des services à offrir sur les marchés mondiaux.

Ayez recours aux alliances et aux regroupements stratégiques pour accroître vos ressources et profiter des points forts de vos partenaires.

Les partenariats vous permettront d'aller au-delà de vos propres frontières, tout comme ils ont permis à nos concurrents internationaux de franchir les leurs.

J'ai affirmé la même chose en novembre 1991, à Toronto, lors de la Conférence nationale sur les services :

Nous pouvons commencer par dissiper les mythes qui règnent sur la compétitivité. Ensuite, nous pouvons bâtir une nouvelle compétitivité fondée sur les valeurs canadiennes traditionnelles que sont la coopération et le travail d'équipe pour nous attaquer à des problèmes communs et les résoudre.

Le gouvernement unira ses efforts à ceux des entreprises afin de promouvoir les partenariats et la collaboration. En 1991 et en 1992, il s'est associé à divers organismes privés et publics afin de parrainer le Mois des services. Cette année, en novembre, nous serons encore au nombre des promoteurs de cet événement annuel. Les consultations réalisées dans le cadre de l'Initiative de la prospérité nous ont sensibilisés aux grandes questions qui préoccupent le secteur, et le Mois des services nous fournit la possibilité d'intervenir à cet égard.

Nous envisageons actuellement les activités suivantes pour le prochain Mois des services :

- colloques sur la qualité;
- reprise du programme Competitive Edge Visits (visites axées sur l'avantage concurrentiel), qui a remporté beaucoup de succès au Manitoba;
- ateliers sur la formation de partenariats grâce à une collaboration entre les entreprises, sur le modèle des «Flexible Networks» en Colombie-Britannique;
- ateliers sur l'accès au financement, dont la formule a été très appréciée l'an dernier;
- ateliers sur la planification stratégique à l'intention des entreprises, qui ont eux aussi connu du succès l'an dernier;
- ateliers sur la fonction de marketing, semblables à ceux tenus à Québec et à Sherbrooke en 1992;