

marché chinois. Je vous invite à profiter de ces connaissances et de cette expérience.

Nombre d'entreprises canadiennes qui ont réussi en Chine mentionnent souvent la nécessité de *gwanshee*. Cela signifie établir une présence en Chine, maintenir la communication avec vos clients, favoriser des relations à long terme et apprendre à connaître les gens.

Cela peut paraître évident, mais la Chine représente une gageure, même pour l'exportateur le plus chevronné. Élaborez une stratégie pour la Chine, tenez-vous-y, et n'hésitez pas à mettre à contribution nos délégués commerciaux sur le terrain dans tous les aspects de votre initiative.

Ils savent où se trouvent les fleurs et peuvent vous aider à descendre de votre cheval afin d'accroître votre compréhension du marché.

L'accent que la présente tribune met aujourd'hui sur le développement de nos relations avec la Chine est positif et tourné vers l'avenir. Notre politique aussi est tournée vers l'avenir et cherche à harmoniser les intérêts canadiens et chinois au cours du siècle à venir. La pierre angulaire de cette politique consiste en une collaboration entre la Chine et le Canada, deux pays côtiers du Pacifique qui ont beaucoup en commun, en vue de leur assurer des avantages mutuels et une prospérité conjointe.

La communauté des affaires du Canada, telle qu'elle est représentée ici aujourd'hui, est l'intervenant clé qui assurera que cette politique se traduira en résultats concrets. C'est le défi que la présente tribune vous pose aujourd'hui.

Je voudrais féliciter M. Eddie Goodman de sa prévoyance en retenant les perspectives du Canada en Chine comme thème de sa tribune cette année. Il nous incombe maintenant, tant dans le secteur public que privé, de collaborer de façon stratégique en vue de mettre en oeuvre les idées et les conseils que nous recevons ici aujourd'hui et de garantir au Canada une place dans le marché chinois tout au long du «siècle du Pacifique».

Merci.