

Minister of Industry,
Science and Technology and
Minister for International Trade



Ministre de l'Industrie, des
Sciences et de la Technologie et
ministre du Commerce extérieur

Statement

Déclaration

93/23

SOUS RÉSERVE DE MODIFICATIONS

**NOTES POUR UNE ALLOCUTION DE
L'HONORABLE MICHAEL WILSON,
MINISTRE DE L'INDUSTRIE, DES SCIENCES
ET DE LA TECHNOLOGIE
ET MINISTRE DU COMMERCE EXTÉRIEUR,
À L'OCCASION DU LANCEMENT DU
*PLAN DE PROMOTION DU COMMERCE EXTÉRIEUR 1993-1994***

**TORONTO (Ontario)
Le 1^{er} avril 1993**

Je me réjouis qu'un si grand nombre de compagnies canadiennes de premier plan soient venues nous aider à lancer le *Plan de promotion du commerce extérieur 1993-1994*.

Cette manifestation est dans les faits un témoignage du partenariat entre le gouvernement et le secteur privé, partenariat qui a joué un rôle clé dans la préparation du Plan. Il est particulièrement approprié que l'Association des exportateurs canadiens (AEC), la Chambre de commerce du Canada (CCC) et l'Association des manufacturiers canadiens (AMC) parrainent avec nous la manifestation d'aujourd'hui. Vos membres ont tous apporté une contribution majeure au *Plan de promotion du commerce extérieur*. Merci à vous tous de nous avoir aidés dans cette entreprise.

De la part du gouvernement, le *Plan de promotion du commerce extérieur* témoigne d'une nouvelle façon de faire les choses, une façon plus efficace; nous pourrons ainsi mieux employer les ressources limitées du gouvernement pour profiter des débouchés qui existent sur le marché international.

Il reflète également notre détermination de mieux faire les choses, de les faire plus intelligemment.

En tant que gouvernement, nous devons nous aussi être plus concurrentiels dans notre façon de soutenir nos gens d'affaires sur le marché international. La publication de ce *Plan de promotion du commerce extérieur* marque un progrès remarquable dans ce sens.

L'an dernier, dans la première version du Plan, nous avons présenté les activités de trois ministères fédéraux seulement; cette année, nous en avons inclus quinze. La nouvelle version est donc le premier document qui unifie et coordonne tous les appuis du gouvernement fédéral au développement du commerce.

Elle présente aussi le plan d'action à long terme du gouvernement pour l'assistance aux entreprises canadiennes sur le marché international.

L'année prochaine, nous voulons faire encore mieux, en invitant les provinces à participer à la préparation des composantes stratégiques du Plan.

Les 22 stratégies sectorielles sont les éléments centraux du Plan. Chacune est une synopsis des stratégies détaillées de divers ministères et organismes. En consultant le *Plan de promotion du commerce extérieur*, vous aurez donc en main une analyse du contexte commercial de votre secteur, un résumé de la situation de l'industrie canadienne et un énoncé de l'orientation stratégique que le Canada s'est donnée dans ce secteur.

En outre, ceux d'entre vous qui s'intéressent à une région du monde en particulier trouveront dans toutes les parties du Plan des renseignements stratégiques sur les marchés clés.

Le dernier élément utile du Plan est la liste des activités de développement du commerce auxquelles l'industrie peut participer, parmi celles que proposent les ministères et organismes participants pour le nouvel exercice financier qui débute aujourd'hui, classées par secteur économique et par région géographique. Vous remarquerez que, pour un certain nombre de ces activités, le point de contact est une association industrielle. Cela reflète les partenariats que nous avons établis avec le secteur privé. Même si les activités sont financées par le gouvernement, nous avons inscrit les associations lorsqu'elles se chargent de l'organisation détaillée des manifestations.

Nous allons aussi publier un document distinct qui contiendra des descriptions plus détaillées des projets et du soutien fédéral s'y rapportant. On y trouvera des renseignements pratiques comme l'identité des exposants, l'ampleur de chaque manifestation et la filière à suivre pour y participer.

Dès le début, nous savions que, pour être utile, le *Plan de promotion du commerce extérieur* devait répondre à trois objectifs :

Premièrement, nous devons obtenir le concours du secteur privé.

Deuxièmement, nous voulions un document qui nous rendrait plus efficaces, en réduisant le double emploi dans l'administration fédérale.

En dernier lieu, nous voulions un plan qui s'intégrerait dans l'ensemble du programme économique du gouvernement.

Le document que nous publions aujourd'hui répond à tous ces objectifs.

En ce qui concerne le premier, nous savions depuis le début que la participation du secteur privé serait cruciale. Vous connaissez votre entreprise mieux que quiconque et c'est vous qui pouvez apporter la contribution la plus valable à cette initiative.

Mais nous avons aussi répondu au vœu que vous avez exprimé. Vous ne voulez plus être seulement consultés. Vous voulez participer à part entière.

C'est maintenant chose faite. Le Comité consultatif du commerce extérieur (CCCE) du gouvernement, l'AEC, la CCC et l'AMC ont été

informés régulièrement et invités à exprimer leurs commentaires sur la formule retenue. En outre, nous leur avons envoyé les différentes versions de la synthèse stratégique pour examen et commentaire.

Nous avons aussi distribué aux membres des Groupes de consultation sectorielle sur le commerce extérieur (GCSCE) les versions préliminaires des stratégies concernant leur secteur. Ces textes ont ensuite été examinés et discutés aux réunions des Groupes.

Mais la participation du secteur privé ne s'arrête pas le jour où le document est publié. J'envisage plutôt une coopération permanente entre le secteur privé, moi-même et les fonctionnaires, pour que nous puissions sans cesse améliorer le Plan, avec les politiques et les programmes qu'il traite.

Pour les versions ultérieures du *Plan de promotion du commerce extérieur*, nous avons l'intention de collaborer avec le secteur privé pour définir les buts et les jalons de chaque stratégie sectorielle. Ainsi, dans deux ou trois ans, nous disposerons de repères pour mesurer le succès de nos stratégies.

Nous ne pouvons pas nous permettre des dépenses qui ne soient pas conformes aux objectifs canadiens de compétitivité. Nous ne pouvons pas non plus nous permettre de tolérer le double emploi et les recoupements entre les programmes de développement du commerce des différents ministères fédéraux et entre ceux-ci et les programmes des autres niveaux de gouvernement. Nous devons faire un meilleur emploi des maigres ressources financières dont nous disposons.

Ce qui m'amène au deuxième objectif. C'est là, je crois, que le *Plan de promotion du commerce extérieur* est le plus utile. Les vastes consultations interministérielles qui en constituent la base contribuent à l'efficacité de nos programmes et réduisent le double emploi.

Par exemple, en unifiant la liste des activités prévues pour chaque secteur, nous avons pu en ramener le nombre de 1200 à 900, simplement en éliminant le double emploi et les manifestations superflues.

En conséquence, tous les ministères fédéraux coopèrent maintenant à l'atteinte d'objectifs communs en matière de commerce extérieur.

Mais le Plan sera également utile pour la définition des priorités relatives à l'ensemble des initiatives de développement commercial, c'est-à-dire qu'il nous aidera à décider, ce qui n'est pas facile, à quoi nous allons employer les fonds fédéraux en matière de développement du commerce, et comment.

Enfin, en ce qui concerne le troisième objectif, nous avons produit un document qui est un pilier des efforts prioritaires du gouvernement, tant dans le domaine de la politique commerciale que dans celui du développement du commerce.

Parlons d'abord de la politique commerciale. Comme vous le savez tous, le gouvernement a participé jusqu'ici à un certain nombre d'initiatives pour améliorer l'accès aux marchés de nos partenaires commerciaux. Je parle de l'Accord de libre-échange avec les États-Unis (ALE), de la négociation de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) et de l'achèvement des négociations commerciales multilatérales (NCM).

Étant donné les progrès très lents des NCM, certaines personnes ici présentes sont peut-être devenues très sceptiques quant aux perspectives d'un résultat positif. À ces sceptiques je réponds : ne perdez pas espoir. N'oubliez pas que des progrès très réels ont été accomplis. Le président américain, M. Clinton, a annoncé récemment qu'il tentera de prolonger le pouvoir accordé par la procédure accélérée, ce qui montre que les États-Unis sont résolus à faire aboutir les négociations.

Le chemin qui se trouve devant nous est certes semé d'embûches. Mais en persévérant et en faisant preuve d'une ferme volonté politique, les ministres du commerce de tous les pays peuvent obtenir le résultat complet qu'ils recherchent tous.

L'abolition des barrières commerciales ne se limite toutefois pas au domaine international. Dans le cas du Canada, il s'agit aussi d'une priorité nationale. Depuis un trop grand nombre d'années, les barrières au commerce interprovincial nuisent à la compétitivité de beaucoup d'entreprises canadiennes.

Ces derniers mois, j'ai travaillé avec mes collègues provinciaux à ouvrir le marché intérieur canadien. Il y a deux semaines, le comité des ministres du commerce intérieur a examiné un plan d'action visant la conclusion d'une entente générale d'ici le 30 juin 1994.

Les avantages très réels de la libéralisation du commerce, tant sur le plan national qu'international, nous ont aussi incités à tenter de libéraliser nos échanges, d'abord avec nos plus proches voisins, les États-Unis, par l'ALE, puis à l'échelle continentale, au moyen de l'ALENA.

Les avantages de l'ALE sont de plus en plus apparents. Certes, l'année 1992 a été exceptionnelle pour les exportations canadiennes, étant marquée par une augmentation de 11 p. 100 par rapport à l'année précédente, mais nos ventes aux États-Unis ont été encore plus impressionnantes. Nos exportations à destination de ce pays, notre plus grand marché, ont atteint 122,3 milliards de dollars, soit une hausse de 13,6 p. 100 par rapport au niveau

de 1991. Et en janvier 1993, nos exportations vers les États-Unis ont atteint plus de 2 milliards de dollars, soit 22 p. 100 de plus qu'en janvier de l'année antérieure. Durant la même période, nos exportations mondiales ont aussi monté en flèche, atteignant 14,6 milliards de dollars, ce qui représente une augmentation de 16 p. 100 par rapport à janvier 1991.

Il est donc évident que c'est le secteur des exportations qui est la locomotive de notre expansion actuelle.

Nous avons récemment déposé le projet de loi sur l'ALENA au Parlement, où il est actuellement étudié en deuxième lecture. Nous sommes résolus à faire en sorte qu'il franchisse les étapes de l'approbation parlementaire, afin que l'accord entre en vigueur le 1^{er} janvier 1994.

Comme vous le savez, l'ALENA est encore controversé dans certains milieux. En tant qu'exportateurs, vous connaissez l'importance que revêt cet accord pour la prospérité future du Canada. Je vous exhorte à transmettre ce message aux Canadiens et aux Canadiennes.

Entre temps, les entreprises canadiennes ont déjà commencé à accroître leur présence sur le marché mexicain, simplement en raison de la publicité donnée à ce marché par les négociations sur l'ALENA. Le gouvernement prend également des mesures pour vous aider à exploiter les nouvelles possibilités offertes par notre nouveau partenaire nord-américain. Le mois dernier, j'ai eu le plaisir de lancer Accès Amérique du Nord, nouvelle initiative commerciale qui permettra à beaucoup de sociétés commerciales canadiennes de pénétrer le marché mexicain.

Nos efforts de libéralisation, toutefois, ne sont qu'une partie d'un programme gouvernemental plus vaste visant à restructurer l'économie et à améliorer le contexte dans lequel vous menez vos affaires. Nous avons accompli cette restructuration par le Programme de renouveau économique que nous avons lancé en 1984 et qui oriente les politiques du gouvernement depuis.

Au moyen de politiques comme le contrôle des dépenses, la réduction du déficit, la réforme fiscale, la déréglementation, la privatisation ainsi que la libéralisation du commerce, nous avons établi le fondement macro-économique sur lequel nous pourrions bâtir une économie progressiste et dynamique.

Une des politiques les plus importantes que nous avons mises en place était la réforme des régimes de l'impôt sur le revenu et de la taxe de vente. Nous avons éliminé la taxe fédérale cachée sur les ventes des fabricants et l'avons remplacée par la Taxe sur les produits et services (TPS). Contrairement à l'ancienne taxe, la TPS est très visible et, par conséquent, pas très populaire,

mais elle est équitable. Surtout, elle ne pénalise pas les exportateurs canadiens, à la différence de l'ancienne taxe.

Tous les éléments du Programme de renouveau économique font partie d'une stratégie visant à transformer l'économie canadienne stagnante du début des années 80 et à lui permettre de s'adapter à l'évolution des années 90 et après. Les politiques que nous avons adoptées sont les fondements de la prospérité du Canada.

Ces politiques ont également créé les conditions nécessaires pour vous rendre plus concurrentiels sur les marchés internationaux. Toutefois, il appartient maintenant à chaque compagnie de se lancer à la conquête de nouveaux marchés, non pas seulement aux États-Unis et au Mexique, mais dans le monde entier.

Beaucoup d'entre vous, avec les compagnies que vous représentez, avez participé aux nombreuses missions commerciales que nous avons dirigées, les autres ministres, les agents commerciaux supérieurs et moi, dans toutes les parties du monde. À la fin du mois, j'en conduirai une autre en Amérique du Sud.

Comme vous pouvez le constater, loin de limiter nos activités de promotion du commerce à nos voisins nord-américains, nous sommes persuadés que l'expérience commerciale et la compétitivité accrue acquises par les entreprises canadiennes qui réussissent aux États-Unis et au Mexique leur serviront de tremplins vers de nouveaux marchés. Bien entendu, la portée de nos efforts dépasse les limites de notre propre hémisphère : nous avons aussi des programmes comme Pacifique 2000 et Renaissance Europe de l'Est, pour ne nommer que ceux-là. Ils visent à vous encourager à diversifier vos marchés et à exploiter les débouchés commerciaux partout où ils se présentent.

Tout cela fait partie du programme commercial mondial du gouvernement. Et il produit des résultats, comme le montrent clairement les statistiques sur nos exportations que je vous citais tout à l'heure.

Bien sûr, par ses nombreuses activités commerciales, le gouvernement vous fournira toute l'aide possible pour accroître au maximum vos possibilités.

Ce qui m'amène à vous parler de l'autre élément des priorités du gouvernement en matière commerciale, soit l'expansion du commerce.

Nous avons mis en place des initiatives comme Accès Amérique du Nord et d'autres pour aider les exportateurs à exploiter les nouveaux débouchés dans le monde entier.

En découvrant de nouveaux marchés et en augmentant nos exportations, nous créerons de nouveaux emplois pour les

Canadiens et les Canadiennes et, par le fait même, nous contribuerons à assurer la prospérité du Canada.

De même, en ouvrant la porte à de nouveaux marchés, le *Plan de promotion du commerce extérieur* nous aidera lui aussi à accroître notre prospérité.

De cette façon, le Plan répond directement à certaines des recommandations contenues dans le Plan d'action sur la prospérité. Plus précisément, le Groupe directeur sur la prospérité a recommandé, dans la proposition 17, l'élaboration d'«une stratégie mondiale coordonnée portant sur le commerce, les investissements et la technologie, stratégie pilotée par le secteur privé et visant à augmenter les exportations, à doubler le nombre d'entreprises exportatrices et à encourager les regroupements stratégiques.»

En outre, il est recommandé dans la proposition 18 que nous nous employions à «consolider les programmes de développement du commerce afin d'éliminer le double emploi et le recoupement.»

Le *Plan de promotion du commerce extérieur*, bien que loin d'être parfait, représente une mesure concrète importante qui va dans le sens de ces recommandations adéquates.

Nous déployons également des efforts dans d'autres domaines pour que nos efforts d'expansion du commerce répondent à vos besoins. En ce qui concerne le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), nous apportons actuellement les changements fondamentaux que vous avez demandés.

Par conséquent, nous avons maintenant un PDME qui fournit un soutien à plus long terme, tout en réduisant le fardeau administratif imposé à ses clients.

Le concept fondamental qui sous-tend ces changements, c'est celui des stratégies de développement des marchés. Au lieu de demander une aide pour une seule activité, les compagnies pourront en demander une pour plusieurs activités. Le PDME peut donc maintenant fournir une aide à long terme qui cadre bien avec vos stratégies de commercialisation.

Ajoutés aux renseignements stratégiques contenus dans le *Plan de promotion du commerce extérieur*, ces changements apportés au PDME vous aideront à tirer parti des débouchés sur le marché international.

Toutes les initiatives que nous avons prises dans les domaines de l'expansion du commerce et de la politique commerciale ont une chose de commun avec le *Plan de promotion du commerce extérieur*: elles témoignent toutes de notre volonté de créer un contexte où

les compagnies canadiennes puissent donner toute leur mesure sur le marché international.

Mais en cette ère de vive concurrence internationale, nous ne pouvons apporter seuls ces changements de façon efficace. Nous devons collaborer avec le secteur privé pour établir une équipe canadienne solide qui nous permettra de saisir les occasions sur tous les marchés.

Nous avons fait un pas de géant dans cette direction avec la publication du présent *Plan de promotion du commerce extérieur*. Vous nous avez aidés à conférer transparence, cohérence et orientation stratégique à nos activités concernant le commerce extérieur.

N'oubliez pas que ce Plan a été établi pour vous. Il vous permettra d'adapter vos propres priorités et de planifier les activités que vous aimeriez mener conjointement avec nous.

Pour rendre le document pleinement efficace, nous avons également besoin de vos commentaires. Faites-nous savoir ce que vous en pensez pour que nous puissions en tenir compte dans nos éditions futures.

Vous trouverez des exemplaires du *Plan de promotion du commerce extérieur* sur les tables situées à la réception. Je vous encourage à en prendre un et à déterminer comment vous pouvez profiter le plus de nos nombreuses activités d'expansion du commerce.

Merci.