

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

93/35

TELLE QUE PRONONCÉE

ALLOCUTION

DE L'HONORABLE MICHAEL WILSON

MINISTRE DE L'INDUSTRIE, DES SCIENCES ET DE LA TECHNOLOGIE

ET MINISTRE DU COMMERCE EXTÉRIEUR

À

LA CONFÉRENCE COMMERCIALE CANADA-JAPON

BANFF (Alberta)

Le 17 mai 1993

Monsieur le Président et distingués délégués, je vous remercie de votre aimable accueil. Je suis très heureux de prendre la parole devant un groupe comme le vôtre, qui a tant contribué au fil des ans à l'excellent état des relations économiques entre le Canada et le Japon.

Depuis ma nomination au poste de ministre du Commerce extérieur, il y a deux ans, j'ai eu le plaisir à de nombreuses occasions de rencontrer des gens d'affaires tant canadiens que japonais, dont beaucoup d'entre vous. Toutefois, c'est la première fois que je prends la parole à votre conférence.

Il est particulièrement agréable d'accueillir nos amis japonais dans une région de notre pays aussi attrayante et appréciée. Les Rocheuses canadiennes sont en fait une des destinations favorites des Japonais qui visitent le Canada, comme peuvent en témoigner mes collègues du secteur du Tourisme. M. Yamashiro¹, nous sommes enchantés que vous soyez présents parmi nous, vos collègues et vous.

Aujourd'hui, je veux aborder un certain nombre de sujets :

- . Tout d'abord, nos intérêts bilatéraux et multilatéraux communs.
- . En second lieu, les défis auxquels nous faisons face - particulièrement ceux auxquels sont confrontés les Canadiens lorsqu'il s'agit d'exploiter pleinement nos liens d'affaires.
- . Troisièmement, je vous parlerai d'un nouveau plan d'action canadien pour le Japon.
- . Enfin, je voudrais dire quelques mots sur l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), et expliquer pourquoi cet Accord est bon pour le Canada et pour le Japon.

Comme vous le savez, les relations du Canada avec le Japon se caractérisent par d'importants échanges sur les plans du commerce, de l'investissement et de la technologie, et par un tourisme en expansion rapide. Le Japon n'est devancé que par les États-Unis au rang des principaux partenaires économiques du Canada.

L'an dernier, nos échanges bilatéraux ont totalisé plus de 18 milliards de dollars. Quelque 470 000 touristes japonais ont visité le Canada. Les investissements étrangers directs du Japon au Canada ont atteint 6,5 milliards de dollars américains. Les placements de portefeuille ont dépassé 49 milliards de dollars.

Nous jouissons déjà d'excellentes relations. Toutefois, les possibilités de les améliorer encore sont énormes.

1 M. Yoshinari Yamashiro est le président japonais de la Conférence commerciale Canada-Japon.

Les Canadiens voient aujourd'hui dans le Japon un marché de plus en plus ouvert et réceptif aux importations. La valeur du yen a pratiquement doublé depuis 1985 - résultat des réalisations économiques remarquables du Japon. Tous ces facteurs ont ouvert de nombreuses possibilités aux fournisseurs canadiens de produits et de services, particulièrement en ce qui concerne les articles à haute valeur ajoutée maintenant importés de plus en plus par le Japon.

M. Peter Lougheed a parlé ce matin du Forum 2000 Canada-Japon. Il vous a donné une idée des nombreuses recommandations issues de cette manifestation, qui visent toutes à faire fond sur les relations déjà excellentes entre le Canada et le Japon.

Le Premier ministre, M. Mulroney, a été enchanté des idées mises de l'avant pour les Canadiens et les Japonais par ce groupe de citoyens distingués de nos deux pays. Nous leur devons tous des remerciements, particulièrement à M. Okawara, le coprésident japonais, qui a pris la parole à votre conférence de Yokohama l'an dernier et, bien sûr, au coprésident canadien, M. Peter Lougheed.

N'oublions pas non plus les membres de la Conférence commerciale Canada-Japon (CCCJ) qui font partie du Forum - MM. Hart MacDougall et Koichiro Ejiiri, qui ont apporté aux délibérations du Forum leur expérience exceptionnelle, tant des affaires que de cette conférence à laquelle ils ont participé activement.

Le Premier ministre considère le rapport du Forum comme un plan d'orientation des futures relations canado-japonaises et s'est réjoui des excellents progrès réalisés jusqu'à maintenant dans l'application de ses recommandations. Pour entretenir cette dynamique, le Premier ministre a demandé à M. Lougheed de diriger la partie canadienne du groupe consultatif qui est chargé de conseiller nos deux gouvernements sur la mise en oeuvre des conclusions du rapport.

À la suite de la présentation, par M. Lougheed, du rapport du Forum de décembre dernier, le Premier ministre nous a demandé, à Barbara McDougall et à moi, d'examiner comment les Canadiens - c'est-à-dire les gouvernements, les gens d'affaires, les universitaires et les particuliers - pourraient répondre aux recommandations.

Un certain nombre de ces recommandations vous intéressent; elles vont de la coopération économique et politique multilatérale à l'établissement de liens culturels et universitaires plus riches.

Mais deux recommandations en particulier méritent des commentaires plus approfondis :

- . Selon une de ces recommandations, les gouvernements devraient éliminer sur le plan bilatéral les obstacles aux investissements d'entreprises, aux alliances stratégiques et aux échanges technologiques;
- . L'autre recommandation pressait les Canadiens de chercher à mieux comprendre l'évolution de la demande, qui crée des possibilités d'exportation de produits à haute valeur ajoutée au Japon.

Permettez-moi de commencer par la deuxième de ces deux recommandations - celle pressant les Canadiens d'accorder une plus grande attention aux secteurs à forte croissance du marché d'importation japonais. Je lance ici un défi aux Canadiens : profitez davantage des possibilités ouvertes par cette croissance. J'invite également nos amis japonais à collaborer avec des entreprises canadiennes pour mettre au point et fournir les nouveaux produits dont l'économie du Japon a besoin.

Le gouvernement du Canada a récemment montré qu'il appuyait l'élargissement des liens d'affaires en établissant une présence canadienne dans tout le Japon.

En novembre 1991, j'ai inauguré le nouveau consulat commercial canadien à Fukuoka. Mon collègue, l'honorable Tom Hockin, ministre d'État aux Petites entreprises et au Tourisme, a ouvert notre consulat commercial à Nagoya en novembre dernier. Ces initiatives ont suivi la nomination par le Premier ministre, en mai 1992, de délégués commerciaux honoraires à Sapporo, Sendai et Hiroshima, qui tous travaillent depuis à resserrer les liens économiques entre le Canada et le Japon dans les domaines où notre présence était jusqu'ici limitée.

Malgré ces initiatives et les autres efforts généraux déployés pour développer les affaires avec le Japon, la performance du Canada en matière d'exportation vers ce pays ces deux dernières années a été décevante, diminuant de 13 p. 100 en 1991 et n'augmentant que légèrement en 1992. L'an dernier a été par ailleurs la neuvième année consécutive où nos importations en provenance du Japon ont dépassé nos exportations vers celui-ci.

Cette situation est particulièrement affligeante pour les Canadiens à un moment où le marché d'importation du Japon a connu une croissance record. Elle représente des occasions ratées pour nos partenaires japonais également.

Il est clair que nous avons fort à faire pour recouvrer et augmenter notre part du marché au Japon. C'est une des bonnes raisons que nous avons de lancer ce défi aux entreprises canadiennes.

L'industrie canadienne doit s'adapter aux nouveaux besoins du Japon en matière d'importation pour accroître sa présence dans les secteurs à forte croissance de l'économie japonaise. Pour cela, elle doit comprendre les changements du marché et les débouchés au Japon, changements qui reflètent une demande faible mais stable de matières premières et une demande de produits transformés en croissance rapide.

En fait, beaucoup d'entre vous ont déjà relevé le défi. On compte de nombreux succès réels. Maple Leaf Foods a mis au point des frites à saveur d'algue pour le marché japonais. Champion Road Graders a adapté ses cabines pour qu'elles puissent accueillir les deux opérateurs requis pour le déneigement au Japon.

Il faut que beaucoup d'autres entreprises, alliées à des partenaires japonais appropriés, s'inspirent de ces cas et des nombreux cas semblables d'entreprises qui ont su réussir dans ce domaine. Les dirigeants du gouvernement et les membres du secteur privé doivent informer les sociétés canadiennes d'une façon plus générale sur les débouchés commerciaux pour encourager l'adaptation des produits au marché japonais, établir une forte présence au Japon et nouer des relations avec des partenaires japonais au Japon, au Canada et sur des marchés tiers.

Un grand nombre de représentants du monde des affaires canadiens - dont certains sont ici aujourd'hui - ont reconnu cet impératif. Ils collaborent avec le gouvernement fédéral et les provinces pour élaborer des «plans d'action» dans sept secteurs prioritaires - les aliments transformés, les produits de la pêche, les matériaux de construction, les technologies de l'information, les pièces d'automobile, le tourisme et l'aérospatiale.

Mis ensemble, ces plans constituent un nouveau Plan d'action canadien pour le Japon - un effort concerté de la part du gouvernement fédéral et de tous les gouvernements provinciaux pour définir clairement les stratégies qui permettront à notre secteur privé de réaliser son potentiel dans ces secteurs en forte croissance qui sont hautement prioritaires.

Les descriptions préliminaires des plans d'action dans chacun de ces secteurs - certaines plus complètes que d'autres - sont incluses dans la trousse d'information que l'on peut se procurer avec des exemplaires du texte de mon allocution d'aujourd'hui.

Vous verrez que ces plans sont tous différents, selon les besoins propres à chaque secteur, mais un même thème les unit : ils préconisent tous une plus grande sensibilisation au marché japonais, qui demande à être mieux connu, la mise au point et l'adaptation des produits pour qu'ils répondent aux besoins japonais et des efforts à la fois collectifs et individuels pour

promouvoir ces produits à haute valeur ajoutée au Japon. Voilà la recette éprouvée du succès.

Je ne citerai qu'un seul exemple de l'énorme potentiel d'exportation qui existe dans les secteurs visés par les plans.

Quelque 40 acheteurs représentant 23 constructeurs au Japon ont participé récemment à une mission de neuf jours à Toronto, Calgary et Vancouver. Ils ont immédiatement passé des commandes à 14 des 17 entreprises qu'ils ont visitées, pour des produits de construction manufacturés d'une valeur de plus de 7 millions de dollars.

Les produits qui ont intéressé ces acheteurs sont notamment le contreplaqué en bois de résineux, les coffrages en aluminium, les armoires de cuisine et de salle de bain, les éléments de murs et les maisons préfabriqués, les rampes en aluminium, les panneaux extérieurs en brique, les accessoires de salle de bain et les portes en bois.

Seuls un petit nombre de ces acheteurs connaissaient déjà les produits de construction canadiens. Ils ont compris au cours de leur visite qu'en achetant des produits de haute qualité à l'étranger, ils pourraient réduire leurs frais de distribution et leurs prix de revient. On s'attend par ailleurs à ce que la mission entraîne des ventes encore plus élevées. Il s'agit d'un grand succès, qui illustre à la fois l'énorme potentiel d'exportation de ce marché et les tendances que nous avons définies dans nos plans d'action.

Les Canadiens n'ont pas découvert le Japon hier.

Nous ne devons pas oublier les efforts importants, déployés par les secteurs public et privé, dans le passé et encore aujourd'hui, pour améliorer la performance du Canada au Japon. Mais ces plans d'action visent à mieux intégrer les efforts pour éviter le double emploi. Ils ont été mis au point en collaboration étroite avec le secteur privé.

Et surtout, ces plans d'action ajoutent une nouvelle dimension, en définissant les objectifs suivants :

- mettre davantage l'accent sur la sensibilisation aux possibilités d'affaires au Japon;
- amener plus de participants sur le marché et les encourager à établir une stratégie qui les servira dans cinq ou dix ans;
- mettre sur pied des réseaux sectoriels et régionaux de soutien mutuel;
- faire des chefs d'entreprise les partenaires des gouvernements;

- surtout, s'adresser directement à la clientèle japonaise, c'est-à-dire mettre au point et adapter nos produits pour qu'ils répondent à ses besoins.

Une grande partie de ce travail doit être accomplie ici au Canada. En outre, les groupes comme le vôtre peuvent fournir le leadership nécessaire.

L'élaboration préliminaire de ces plans d'action sectoriels est déjà en cours.

En février, quelque 200 sociétés canadiennes ont participé à des ateliers dans diverses villes du pays pour s'informer sur le marché japonais des matériaux de construction à valeur ajoutée. Ces sociétés et d'autres peuvent également compter sur une étude détaillée de ce marché qui sera publiée par notre bureau commercial de Tokyo en juin - aboutissement d'une année de travail d'experts du gouvernement et du secteur privé.

La semaine prochaine aura lieu, à Vancouver, le premier de ce qui sera, nous l'espérons, une série d'ateliers tenus dans tout le pays sur le marché des aliments transformés.

Nous avons convenu avec l'Association des fabricants de pièces d'automobile (AFPA) de payer une partie du salaire d'un expert qui travaillera dans ses bureaux pour aider à la mise en oeuvre d'une stratégie plus dynamique pour le Japon. L'AFPA a déjà un comité spécial sur le Japon pour orienter ce processus.

Le Comité du partenariat Asie-Pacifique de Tourisme Canada partage les frais de la publicité générique sur le Canada au Japon, et Tourisme Canada vient de tenir une série de séminaires partout au Canada pour informer les gestionnaires d'installations touristiques des besoins et des attentes des voyageurs japonais.

La clé réside dans le leadership de l'industrie. Déjà, un certain nombre de groupes se sont manifestés :

- J'ai parlé plus tôt du Comité sur le Japon de l'AFPA et du Comité du partenariat Asie-Pacifique pour le tourisme.
- Le Comité consultatif sectoriel sur le commerce extérieur pour l'agriculture comprend le SCM - sous-comité de la Stratégie de conquête des marchés. Ses membres assistent en qualité d'observateurs à la présente conférence. Ils se rencontreront ici mardi après-midi et mercredi matin. Les membres qui ne font actuellement pas d'affaires avec le Japon ont une occasion en or de découvrir son énorme potentiel.
- Un groupe informel d'entreprises et d'associations sectorielles s'est créé dans le secteur des pêches.
- Le Conseil consultatif canadien des télécommunications accueillera les représentants de l'industrie japonaise des

télécommunications pour une série de séminaires techniques l'automne prochain au Canada.

Beaucoup de ces groupes comprennent déjà des membres de la CCCJ. Nous attachons du prix à cette participation et nous vous demandons d'aider à faire connaître ces activités dans vos propres industries.

Il est à remarquer qu'il ne s'agit pas d'un plan d'action «gouvernemental» pour le Japon.

Notre succès dépend de l'élaboration et de l'application d'un Plan d'action canadien où tous les acteurs uniront leurs efforts et s'épauleront mutuellement.

Les délégués canadiens à cette conférence devront jouer des rôles de premier plan. Nous sommes bien partis, mais il nous reste encore beaucoup à faire. Nous comptons sur vous, nos partenaires japonais, pour nous aider à vous fournir ce que vous désirez.

Sans aucun doute, ce Plan d'action est nécessaire. Le marché l'exige. Nous devons nous positionner dans les secteurs en croissance du marché d'importation japonais. L'urgence de le faire nous a été signalée dans le rapport Forum 2000 Canada-Japon.

L'an dernier, l'Initiative de la prospérité du gouvernement a stimulé le débat à l'échelle du pays sur la façon de gérer le changement mondial et d'utiliser à notre avantage les facteurs externes. Durant des consultations tenues dans plus de 80 localités de toutes les régions du pays, les Canadiens nous ont dit à maintes reprises que nous devons nous tourner vers les marchés mondiaux.

Le premier rapport du groupe d'orientation du secteur privé nous demandait d'établir une stratégie internationale de collaboration et d'unifier les activités fédérales-provinciales d'expansion du commerce. C'est ce que fait le Plan d'action. Il vous invite à faire preuve de leadership, vous, du secteur privé. Il offre un soutien tant du gouvernement fédéral que des provinces.

Bien sûr, le Plan d'action n'aboutira à rien si nous ne réussissons pas en même temps à maintenir nos marchés actuels en ce qui concerne les matières premières, qui demeurent un élément essentiel de nos exportations vers le Japon.

Certains de ces marchés sont particulièrement vulnérables. La baisse des prix a entraîné une diminution des bénéfices dans l'industrie canadienne du charbon, par exemple, situation qui ne peut que mener à de faibles niveaux d'investissement et à des difficultés d'approvisionnement dans l'avenir. C'est là un mélange dangereux, particulièrement lorsqu'il s'allie à des

pressions constantes qui incitent à acheter plus de charbon aux États-Unis.

Nous devons viser deux objectifs - maintenir notre actuelle industrie primaire, et bâtir l'avenir en mettant l'accent sur les produits à forte valeur ajoutée que le Canada peut fournir et fournira au Japon.

Permettez-moi maintenant de revenir à la première des deux recommandations de Forum 2000 qui revêt un intérêt particulier pour vous, celle qui conseille aux gouvernements d'abolir sur le plan bilatéral les obstacles aux investissements des entreprises, aux alliances stratégiques et aux échanges technologiques.

Nous avons entendu au Forum des avis concernant plusieurs questions, dont la confusion suscitée par des conflits de compétence entre gouvernements et une politique en évolution rapide, particulièrement dans le domaine environnemental. Nous travaillons à répondre à ces préoccupations.

En 1984, nous avons adopté le Programme de renouveau économique, qui tient compte du fait que notre rendement macro-économique est crucial pour attirer les investissements au Canada. Par des politiques comme la limitation des dépenses, la réduction du déficit, la réforme fiscale, la déréglementation, la privatisation et la libéralisation des échanges, le Programme de renouveau économique a constitué l'assise d'une nouvelle économie progressiste et prospective. En 1984, c'était un changement de cap notable. Mais il serait difficile de le remettre en question dans un proche avenir.

Nous avons dû prendre des décisions difficiles et parfois impopulaires. Mais elles produisent des résultats.

Nous sommes bel et bien sortis de la récession. Nous connaissons une croissance positive depuis le deuxième trimestre de 1991. Tout porte à croire que l'OCDE a eu raison de prédire que la croissance de notre PIB serait la plus forte du G-7 en 1993. Le taux d'intérêt préférentiel est à son plus bas niveau depuis 21 ans au Canada. Les taux sur les hypothèques sont à la baisse.

L'augmentation sur 12 mois de l'indice des prix à la consommation, qui mesure l'inflation, a été de 1,9 p. 100 en mars et le taux annuel d'inflation s'est situé en moyenne à 2,1 p. 100 au premier trimestre de 1993. Il s'agit d'excellents résultats, tant par rapport à notre performance passée qu'en comparaison de celles des autres membres du G-7.

Le taux de chômage, à 11,4 p. 100 en avril, est encore trop élevé. Mais nous avons créé 151 000 emplois à temps plein depuis août dernier, et le chiffre de l'emploi a augmenté au cours de 10 des 12 derniers mois.

Le Canada a un certain nombre de forces notables qui contribuent grandement à sa compétitivité sur le plan international : une forte assise industrielle, un milieu universitaire dynamique, une main-d'oeuvre qualifiée et une infrastructure solide. Il ne faut pas sous-estimer ces forces ou les tenir pour acquises. Des investissements élevés constants ont suscité une forte hausse de la productivité pendant les derniers trimestres.

Nos atouts ne sont pas passés inaperçus. Par exemple, la semaine dernière seulement, un baril de saké a été ouvert pour inaugurer la nouvelle ligne de galvanisation DNN à Windsor, en Ontario, une importante coentreprise d'investissement entre Dofasco du Canada, NKK du Japon et National Steel des États-Unis.

L'ALENA nous donne maintenant la possibilité de protéger et de développer les acquis de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis. Permettez-moi de vous rappeler quelques avantages que l'ALENA rapportera aussi bien au Japon qu'au Canada.

Après presque quatre ans d'existence, l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis a plus que fait ses preuves. Seulement l'an dernier, nous avons assisté à une reprise menée par les exportations, dans laquelle les exportations canadiennes aux États-Unis ont augmenté de plus de 13 p. 100, entraînant un excédent commercial de 17,7 milliards de dollars pour le Canada.

L'Accord de libre-échange Canada-États-Unis a accru le potentiel commercial du Canada, créé un climat positif pour l'industrie exportatrice basée au Canada et créé des possibilités pour les investisseurs étrangers au Canada de mieux servir non seulement les besoins des Canadiens mais, à partir du Canada, ceux du plus grand marché du monde, les États-Unis.

L'ALENA nous offre maintenant la possibilité de protéger et de développer les acquis de l'Accord Canada-États-Unis en matière de libéralisation. L'ALENA sera bon tant pour le Japon que pour le Canada, notamment pour les raisons suivantes :

- Après avoir profité pendant plus de quatre ans des avantages de l'Accord Canada-États-Unis, nous savons que celui-ci a facilité l'expansion du commerce. Les deux parties en sortent gagnantes et ce, malgré la récente récession. L'ALENA développe cet acquis. La croissance et la prospérité occasionnées par l'ALENA vont susciter une hausse de la demande, laquelle ouvrira de nouveaux débouchés pour les entreprises canadiennes et japonaises.
- À partir du Canada, l'ALENA assurera l'accès à un marché nord-américain de 360 millions de personnes, et cet accès bénéficiera de toutes les règles de fair-play qui ont été négociées et intégrées dans l'Accord.

- . Pour mentionner une amélioration par rapport à l'Accord-Canada-États-Unis qui présente une valeur particulière pour les éventuels investisseurs japonais, les sociétés japonaises qui prennent de l'expansion aux États-Unis ou au Mexique à partir de leur base canadienne recevront toute la protection accordée par ces pays aux entreprises de propriété canadienne par les dispositions de l'ALENA sur le traitement national. Nous voulons que les investisseurs japonais choisissent le Canada. Et nous allons défendre leur cause avec ardeur, comme nous l'avons fait pour résoudre le différend commercial avec les États-Unis à propos de Honda, à la grande satisfaction de celle-ci.
- . L'ALENA répond de nombreuses façons à notre critère de l'avantage mutuel. Par exemple : l'élimination de la plupart des barrières tarifaires et non tarifaires d'ici dix ans; un ensemble de règles d'origine plus clair et plus prévisible; des dispositions sur tous les aspects de la propriété intellectuelle; des améliorations majeures de l'accès aux marchés publics; enfin, un système de règlement des différends solide et prévisible.
- . L'ALENA complète l'Uruguay Round des Négociations commerciales multilatérales (NCM); par exemple, les chapitres sur le commerce des services et les droits de propriété intellectuelle tirent profit des dispositions relatives à ces domaines qui devraient résulter de l'Uruguay Round.
- . Permettez-moi de dire ici ce que nous disons à tous nos partenaires commerciaux : plus nous nous efforcerons d'éliminer les obstacles au commerce et aux investissements dans le contexte multilatéral, moins il sera avantageux en comparaison de recourir aux accords régionaux.
- . L'ALENA n'introduit aucun nouvel obstacle au commerce ou à l'investissement. Il ne vise aucunement à faire de l'Amérique du Nord une forteresse;
- . Le fait que l'Accord soit «ouvert» - il contient une clause d'adhésion pour les autres pays qui souhaitent y adhérer - montre que l'ALENA est une initiative économique progressiste.

Le Canada a entretenu un contact étroit avec le Japon pendant toute la durée des négociations et immédiatement après. Nous avons été le premier pays de l'ALENA à présenter des comptes rendus à nos homologues japonais et à des entreprises japonaises. Nous poursuivrons nos efforts dans les semaines et les mois à venir pour fournir à tous les intéressés des renseignements sur l'Accord et sur les dispositions de l'ALENA qui revêtent un intérêt particulier pour nos partenaires japonais.

Les trois parties se préparent à mettre en oeuvre l'ALENA le 1^{er} janvier 1994. Ce processus est bien engagé tant au Canada qu'au Mexique. Aux États-Unis, le président Clinton a déjà commencé à consulter le Congrès, tandis que l'Administration négocie avec nous des accords parallèles sur l'environnement et les normes du travail. L'Administration américaine a reconfirmé son intention de déposer sa loi de mise en oeuvre de l'ALENA à temps. Nous avons toutes les raisons de croire que l'Accord sera mis en vigueur dans les trois pays à la date prévue.

L'ALENA, comme l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis sur lequel il est fondé, sera conforme au GATT du point de vue tant de la politique que du droit. Le principe qui sous-tend notre approche régionale et mondiale du commerce est celui de la libéralisation.

À cet égard, Arthur Dunkel, directeur général du GATT, a fait remarquer il y a quelque temps que les approches régionale et mondiale du commerce sont les «deux faces de la même médaille». Il a dit : «Le multilatéralisme et le régionalisme peuvent coexister : mieux, ils peuvent en fait se renforcer l'un l'autre.»

Ceux d'entre nous qui font des affaires dans la région du Pacifique peuvent se réjouir de l'importante contribution de l'APEC, l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique. Elle a renforcé le processus des NCM et accordé un appui solide à la libéralisation du commerce à tous les niveaux dans notre région.

Le nuage noir qui se profile à l'horizon est la tendance au commerce administré entre le Japon et les États-Unis.

J'ai parlé au Premier ministre, M. Miyazawa, et à d'autres membres du cabinet japonais en avril dernier du fait que le commerce administré risque de miner nos efforts multilatéraux et de causer des dommages réels aux autres fournisseurs du Japon. À ce moment-là, les fournisseurs de pièces d'automobile canadiens faisaient l'objet d'une discrimination en vertu du programme «Buy USA» dans leurs affaires avec les sociétés japonaises.

Nous avons continué à rappeler nos préoccupations tant au Japon qu'aux États-Unis. On nous a assuré que l'amélioration de l'accès au marché se fera sur la base de la Nation la plus favorisée (NPF). Toutefois, vous pouvez comprendre nos doutes, étant donné les pressions politiques visant la réduction du déficit commercial aux États-Unis.

Je tiens à souligner que notre participation à l'ALENA ne porte atteinte d'aucune façon à notre engagement envers la libéralisation du commerce par le biais de l'Uruguay Round.

Notre priorité absolue en matière de commerce demeure la conclusion du Round. Engagé il y a six longues années, celui-ci est sans aucun doute la série de négociations la plus ambitieuse jamais engagée dans l'histoire du GATT. Les chefs de gouvernement et d'entreprise du monde entier conviennent que la conclusion du Round donnera à l'économie mondiale un élan dont elle a grand besoin. Je partage cette opinion.

La semaine dernière, j'ai été l'hôte d'une séance de travail avec mes collègues des États-Unis, du Japon et de la Communauté européenne, pendant laquelle nous avons examiné des moyens de faire avancer les pourparlers sur la question de l'accès au marché. Je suis heureux de signaler que de bons progrès ont été accomplis et qu'une dynamique se crée pour la tenue de discussions approfondies au sommet du G-7 qui aura lieu à Tokyo en juillet. Tous nos partenaires commerciaux sont résolus à mener à bien les négociations de l'Uruguay Round d'ici la fin de l'année.

Je vous remercie encore une fois de m'avoir donné cette occasion de discuter diverses questions, dont le Plan d'action du Canada pour le Japon et l'ALENA.

Le Canada et le Japon jouissent d'une excellente relation bilatérale qui peut aboutir à un accroissement de l'activité économique. Grâce au Plan d'action que j'ai annoncé aujourd'hui, les Canadiens saisiront les occasions qui se présenteront à eux et concluront un nombre beaucoup plus grand d'arrangements d'affaires fructueux.

En ce qui concerne ces questions, entre autres, nous savons gré à la CCCJ du rôle de chef de file qu'elle a toujours joué dans la gestion de nos excellentes relations bilatérales avec le Japon. Nous accueillons avec intérêt vos suggestions sur la façon dont le gouvernement peut aider à créer et à entretenir un climat propice au commerce, aux investissements et à la prospérité dans les années à venir. Et nous vous invitons à participer de manière active à la réalisation de ces plans.

Vous avez un programme inspirant devant vous à cette conférence. C'est un programme important parce qu'il concerne directement le succès futur de nos relations en matière de commerce et dans d'autres domaines. Je vous souhaite donc beaucoup de succès, maintenant et dans les années à venir.