

# Statement

Secretary of  
State for  
External Affairs



# Déclaration

Secrétaire  
d'État aux  
Affaires  
extérieures

90/48

SOUS RÉSERVE DE MODIFICATIONS

## "LE COMMERCE ENTRE L'ALBERTA ET LES PAYS DU PACIFIQUE"

NOTES POUR UNE ALLOCUTION DU

SECRETAIRE D'ÉTAT AUX AFFAIRES EXTÉRIEURES,

LE TRÈS HONORABLE JOE CLARK,

AU COURS D'UN DÉJEUNER OFFERT PAR

LE CLUB ROTARY DE CALGARY-SUD

CALGARY (ALBERTA)

LE 6 SEPTEMBRE 1990

J'aimerais vous entretenir aujourd'hui de l'extraordinaire avantage dont jouit l'Alberta en matière de commerce avec l'Asie et les autres pays du Pacifique.

Pendant des dizaines d'années, le Canada - comme pratiquement le reste du monde d'ailleurs - a eu le regard centré sur l'Europe. C'était là, à notre avis, qu'allait éclater la prochaine guerre; c'est là aussi que des millions de citoyens des pays d'Europe de l'Est et d'Union soviétique - souvent apparentés à des Canadiens - ont dû subir le joug d'économies en faillite et d'une idéologie répressive marquée au fer de l'échec. C'est là également que beaucoup d'entre nous puisent leurs racines familiales, culturelles et traditionnelles. Aujourd'hui, il n'y a plus de mur à Berlin, il n'y aura bientôt plus qu'une seule Allemagne, et un puissant marché commun vient renforcer l'unité européenne; à travers cela, nous cherchons à instaurer une nouvelle paix et à participer à la prospérité européenne. Il ne fait aucun doute que le Canada a en Europe d'immenses intérêts qui, chaque jour, se multiplient.

Mais, le regard ainsi tourné vers l'Europe, nous avons négligé d'autres régions, d'autres problèmes - la dégradation de l'environnement, les crises du développement international et de la dette mondiale, le défi commercial, les tentacules du trafic international de la drogue, la croissance d'un terrorisme sans pitié. Je pense aussi à la multiplication des conflits régionaux et à la prolifération des armes, par exemple dans le golfe Persique et ailleurs.

Nous avons eu tendance aussi à ne pas nous intéresser suffisamment aux changements historiques qui s'opéraient alors dans la région Asie-Pacifique.

Pendant que les pays d'Europe et d'Amérique du Nord bâtissaient leurs armées et fourbissaient leurs arguments, ceux du Pacifique érigeaient un miracle économique qui n'a pas d'égal. Il se trouve aujourd'hui en Asie un bloc puissant - en fait, plusieurs blocs - qui influenceront sur l'avenir de l'Alberta davantage que l'Europe et peut-être même que les États-Unis. Malgré l'évidence, nous n'arrivons toujours pas à voir l'Asie de cette manière. M. Gorbatchev, dans son pays, évoque le danger d'une idéologie périmée et fait valoir l'impérieux besoin d'une pensée nouvelle. Ironiquement, ce conseil intéresse encore plus les pays riches, eux qui croient peut-être pouvoir se payer le luxe d'ignorer les nouvelles réalités. Or, si nous voulons être maîtres de notre destinée, nous devons nous ouvrir beaucoup plus à l'Asie et y être beaucoup plus dynamiques.

- Depuis 1970, la contribution de l'Asie à la production mondiale a doublé.
- Depuis 1970 également, les échanges au sein de la région du Pacifique ont décuplé.
- Cette même année, les échanges entre l'Amérique du Nord et les pays du Pacifique valaient 20 milliards \$. On parle aujourd'hui de 340 milliards \$. En l'an 2000, ce pourrait être mille milliards.
- Il se pourrait aussi qu'à la fin du siècle la région du Pacifique compte pour 60% de la population de la planète, 40 % de la consommation globale et une part encore plus importante de la production mondiale.

Le Japon demeure la puissance économique dominante dans la région - et la superpuissance économique du prochain siècle. Il est le plus important pays créateur; les vingt et une premières institutions financières au monde sont toutes japonaises. Dans le domaine de la haute technologie et de l'industrie automobile - jadis le fleuron de l'économie nord-américaine - les Japonais sont aux commandes. En l'an 2000 - dans dix petites années -, le PNB per capita du Japon dépassera celui de l'Europe.

Mais, il y a davantage que le Japon. La Corée, par exemple, dont l'économie croît plus vite que celle du Japon. Il se pourrait que bientôt Hong Kong soit, sur une base per capita, plus riche que la Grande-Bretagne, et Singapour plus riche que l'Italie. À elle seule, Taiwan a des réserves de 85 milliards \$. La Thaïlande et la Malaisie voient leurs taux de croissance annuels passer de 7% à plus de 10% - contredisant ainsi des économistes sûrs d'eux, aux dires desquels la croissance allait se stabiliser du fait d'une richesse accrue.

On ne peut nier l'évidence: le centre de l'activité économique mondiale se déplace vers le Pacifique. Et rapidement.

Cela est d'une immense importance pour le Canada et l'Alberta. En 1983, nous avons commencé à échanger davantage avec les pays du Pacifique qu'avec ceux d'outre-Atlantique. Nos exportations vers la région du Pacifique devraient, à notre avis, croître d'au moins 50 % au cours des dix prochaines années.

Le Canada est plus tributaire que d'autres pays de ses relations économiques avec le Japon ainsi qu'avec la Corée, Hong Kong, Taiwan et Singapour - les "Quatre dragons". Il l'est davantage par exemple que n'importe quel autre membre de l'Organisation pour la coopération et le développement économiques, qui en compte 24. Nous dépendons davantage du Pacifique que les États-Unis, plus que l'Australie même.

Et au Canada, c'est la région de l'Ouest qui dépend le plus de l'Asie. Les quatre provinces de l'Ouest comptent pour environ 75% de toutes les exportations canadiennes vers la Corée et le Japon. Dans le cas de la Chine, la proportion est de 90%. La Colombie-Britannique, qui est pourtant limitrophe des États-Unis, commerce aujourd'hui davantage avec les pays du Pacifique qu'avec son voisin. Dans des domaines comme la technologie pétrolière et gazière, l'Alberta a plus d'échanges avec ces pays qu'avec les États-Unis.

En examinant de plus près le dossier commercial de l'Alberta, on constate - et cela est notable - qu'entre 1982 et 1989, les échanges avec l'Europe et l'URSS ont en fait décliné à un rythme annuel de 11,5%. En même temps cependant, les exportations annuelles vers la région Asie-Pacifique connaissaient un taux de croissance de 8,7%, soit plus que vers toute autre région.

Abstraction faite des États-Unis, l'Alberta doit à la région du Pacifique pratiquement les deux tiers de ses recettes à l'exportation.

Tous ces faits témoignent d'une étonnante nouvelle réalité. Mais nous pouvons aussi en tirer quelques leçons. L'une des plus importantes est celle-ci: même si les États-Unis restent, et de loin, le premier marché de l'Alberta, l'avenir des exportateurs albertains se trouve davantage au-delà du Pacifique qu'au sud de la frontière. Et cet avenir est déjà en train de se façonner.

Au cours des sept dernières années, les échanges entre l'Alberta et la région du Pacifique ont augmenté quatre fois plus vite que notre commerce avec les États-Unis.

Cela signifie deux choses. Premièrement, l'Accord de libre-échange est important non seulement parce qu'il garantit à l'Alberta un accès au marché américain, mais aussi parce qu'il vient lui donner la puissance nécessaire pour pénétrer de nouveaux marchés au delà de l'océan. Et deuxièmement, l'avenir commercial de l'Alberta dépend des succès que nous connaissons dans le Pacifique, et non aux États-Unis. Le libre-échange n'est pas le dernier mot. C'est plutôt la première étape.

Il fut une époque où nous confondions marché du Pacifique et Japon. Certes, le Japon demeure le premier client de l'Alberta dans le Pacifique. De 1982 à 1989 par exemple, les exportations albertaines vers ce pays sont passées de 667 millions \$ à plus d'un milliard \$. Mais, plus que jamais, les autres pays du Pacifique s'ouvrent à nous et sont réceptifs aux échanges.

En 1982, Taiwan était le quinzième marché en importance de l'Alberta. Elle occupe aujourd'hui le 6<sup>e</sup> rang. La Corée était au

9<sup>e</sup>, elle vient maintenant en troisième lieu. Et que dire de l'Indonésie - à l'époque, elle ne figurait même pas au tableau - qui est devenue le dixième marché d'exportation de l'Alberta. En 1982 toujours, seuls quatre des dix principaux marchés extérieurs de la province étaient en Asie. L'an dernier, la proportion était de six sur dix.

Mais il n'y a pas que le commerce. Il y a aussi les investissements, où le même schéma s'applique. En 1985, les investissements de la région Asie-Pacifique au Canada s'élevaient à 2,6 milliards \$. En 1989, ils atteignaient les 7,2 milliards. Selon une récente étude du Conference Board, on compte actuellement en Alberta 27 grands projets d'investissements japonais, pour un total de 670 millions \$. Pendant la seule année 1988, les Japonais ont annoncé pour quelque 2,5 milliards d'investissements en Alberta. Cela comprenait plusieurs projets dans le secteur des pâtes et papiers, une société pharmaceutique et un projet de recherche dans le domaine du pétrole et du gaz. Une grande partie de cette activité est due aux missions japonaises d'investissement, qui depuis 1984 accordent d'excellentes notes au Canada pour ses politiques en matière d'économie et d'investissement et ses autres politiques.

Il est évident que plusieurs entreprises albertaines réussissent déjà en Asie en utilisant les compétences et les technologies qu'elles ont développées ici.

La société Novacorp est active dans la région depuis les années 1940, et elle exporte des techniques énergétiques sur les marchés très compétitifs de l'Asie du Sud-Est. Les technologies albertaines lui ont permis de décrocher un contrat de 41 millions \$ en services de gestion et de consultation pour un grand projet de mise en valeur du gaz naturel en Malaisie.

Pelican Mills de Weyerhaeuser à Drayton Valley a réussi, après des mois d'efforts, à convaincre les autorités japonaises de sa capacité à respecter des normes japonaises notoirement exigeantes. Ses panneaux de particules orientées peuvent maintenant être vendus n'importe où au Japon, ayant été certifiés en Alberta comme étant acceptables à l'ensemble du marché japonais. Cela permettra à Pelican Mills de pénétrer le dynamique secteur japonais de la construction résidentielle.

Les compétences de l'Alberta dans les techniques de télédétection, comme celles fournies par Intera Technologies, intéressent grandement des clients du sud-est asiatique. En Malaisie et ailleurs, des techniques albertaines sont appliquées à la foresterie, à l'agriculture, à l'arpentage et à la géologie.

Willowglen Services a vendu un système de données de haute technologie à Singapour et à la Chine, et déploie d'importants

efforts en Inde, au Pakistan et au Bangladesh, où l'expérience albertaine des systèmes d'adduction et de traitement des eaux usées offre de grandes possibilités.

La Sun Ice de Calgary tire avantage du fort intérêt des Asiatiques pour les sports d'hiver: elle a signé des accords de licence avec une entreprise japonaise et a ouvert un bureau à Hong Kong.

Même dans le domaine de la haute technologie du son, des sociétés albertaines ont remporté des contrats dans le fief de Sony et de Mitsubishi. Archer Communications de Calgary a signé un accord de 6 ans visant la mise au point de microplaquettes spécialisées pour donner un son tridimensionnel aux ordinateurs Nintendo.

Et les compétences albertaines en production, traitement et distribution des aliments permettent de remporter de nouveaux marchés en Asie. Il y a un énorme marché pour le boeuf de l'Alberta - un marché de 3 milliards \$ pour le seul Japon. Notre gouvernement a aidé à ouvrir ce marché à l'Alberta, et la Fédération canadienne des exportateurs de viande de boeuf a maintenant établi un bureau à Tokyo. Elle attend de solides résultats. Une succursale de Canada West introduira plus de 100 nouveaux produits alimentaires canadiens en Malaisie à compter de cette semaine. Les connaissances de la Canada West en matière de financement, d'expédition et de vente de détail lui ont déjà donné un énorme succès en Nouvelle-Zélande, faisant de ce pays son plus gros client étranger.

Ces quelques exemples, parmi bien d'autres, démontrent l'étonnant succès et le remarquable potentiel des sociétés albertaines, grandes et petites, qui vendent leurs matières premières, leurs produits finis ou, tout simplement, leur savoir-faire.

Voilà le contexte. Voilà les possibilités qui s'offrent en Asie.

Quelle sera notre réaction?

Je pense qu'elle devra répondre à trois paramètres.

D'abord, nous devons comprendre notre client. La langue est importante ici. Prenons le cas du Japon par exemple, la superpuissance économique du XXI<sup>e</sup> siècle. De plus en plus, il s'attendra que ceux avec qui il traite respectent mieux sa culture, ses coutumes et sa langue, et nous demandera de faire les ajustements nécessaires.

Cela est naturel. Et inévitable. À ce chapitre, nous devons faire mieux. On compte au Canada seulement 1 200 personnes qui

étudient le japonais à plein temps. L'Australie, moitié moins peuplée que le Canada, en compte 15 000. Et les États-Unis 140 000. Nous avons du chemin à rattraper. Accroître la connaissance des langues asiatiques au Canada est un des objectifs de la stratégie Pacifique 2000 annoncée par le Premier ministre l'automne dernier. J'ai moi-même lancé à l'intention des gens d'affaires d'importants programmes de formation linguistique à l'université Simon Fraser et au Ontario Centre for International Business. Ces programmes mèneront à la création de centres régionaux pour la formation linguistique en Alberta et ailleurs. Mais notre effort ne doit pas se limiter à la seule question linguistique. Nous devons comprendre et respecter les cultures de l'Asie. Et nous devons le faire autant à l'étranger qu'ici.

En deuxième lieu, nous pouvons apprendre de l'Asie comment travailler ensemble à faire fructifier notre propre économie. Là-bas, les économies dynamiques ont mis en place des schémas de coopération novateurs et productifs entre les gouvernements et la communauté des affaires. Elles offrent de nouveaux modèles qui permettent de faire le pont entre la science et la technologie. Elles démontrent l'utilité des techniques de gestion et d'organisation non antagonistes. Il y a là-bas aussi un important consensus national qui ne peut qu'inspirer les gouvernements et les sociétés de l'Ouest.

Le gouvernement canadien joue un rôle toujours plus actif en Asie. Nous avons cinquante-huit délégués commerciaux expérimentés dans la région, et des centres du commerce international ont été implantés à Calgary, à Edmonton et dans d'autres centres canadiens. Les gens d'affaires de l'Alberta devraient voir dans ces représentants une extension de leurs bureaux de vente car ils sont en poste pour explorer les débouchés, identifier les décisionnaires, fournir des conseils et un soutien et réduire la paperasserie. S'ils ne le font pas, faites-le moi savoir et je corrigerai le problème. Je vous incite à utiliser les services que le Canada fournit pour ouvrir de nouveaux débouchés en Asie.

Ces services comprennent l'ACDI - l'Agence canadienne de développement international. NOVACORP juge que l'ACDI lui a facilité l'obtention de son contrat de 41 millions \$ avec la Malaisie. Willowglen a déniché son contrat avec Singapour dans le cadre d'une mission de l'ACDI.

Plusieurs pensent que l'ACDI est un organisme de charité créé pour aider les pays pauvres, et que l'un de ses principaux buts est de canaliser la compassion des Canadiens en aidant d'autres pays à s'aider eux-mêmes. Mais le mandat de l'ACDI comporte un autre aspect: c'est de trouver des débouchés pour les biens et services canadiens. Les pays pauvres ne peuvent nous acheter des choses. Les pays développés le peuvent, et sont souvent enclins à collaborer avec les nations qui les aident à se sortir de la pauvreté.

C'est l'une des raisons pour lesquelles un passeport canadien est si utile dans ce monde changeant.

Prenons deux exemples: la Thaïlande et l'Inde. Dans les années 1950, le Canada aidait activement la Thaïlande, qui était alors une société pauvre, sous-développée et ravagée par la guerre en Indochine. En 1979, nous avons pris l'initiative internationale d'aider les réfugiés de la mer. Ces actions compatissantes ont forgé une solide relation commerciale. Notre commerce avec la Thaïlande est passé de 150 millions \$ il y a neuf ans à 765 millions \$ l'an dernier. En 1982, la Thaïlande venait au 60e rang des destinations des exportations albertaines. Elle occupe maintenant le 18e rang, et les échanges ne cessent de s'accroître. C'est l'aide publique au développement qui a rendu cela possible. Aujourd'hui, l'ACDI aide l'Inde. En 1989, les exportations albertaines vers l'Inde étaient évaluées à plus de 53 millions \$, soit soixante pour cent de plus qu'en 1982. Mais en l'an 2005, l'Inde comptera 250 millions de consommateurs de classe moyenne -soit plus que la population actuelle des États-Unis.

En troisième lieu, nous devons prospecter les nouveaux marchés qu'offre ce monde en rapide mutation.

Personne ne peut prédire précisément les nouveaux débouchés que l'Asie pourrait offrir aux entrepreneurs albertains. Mais nous pouvons certainement identifier les domaines où les besoins de l'Asie peuvent être comblés par les capacités de l'Alberta; et j'espère que bien plus d'Albertains réfléchiront sérieusement aux nouvelles perspectives qui s'ouvrent outre-Pacifique.

Il se produit un changement remarquable au Japon, qui se transforme d'une économie axée sur l'exportation en une économie axée sur la demande intérieure. Le Japon est en fait en train de devenir une société de consommation. L'expansion des mises en chantier, des activités de loisir et des importations de biens de consommation montre quels secteurs de l'économie sont les plus prometteurs: les vêtements, la viande de boeuf et les aliments conditionnés, le matériel récréatif, le bois de construction et les industries connexes, et le tourisme.

Ce qui ouvre des perspectives à l'Alberta. Avec notre bois de construction, nous devons vendre des fenêtres et des portes pour les nouvelles maisons asiatiques; avec notre blé, nous devons vendre de la viande de boeuf et des aliments transformés; et avec notre charbon, nous devons vendre les produits plus sophistiqués dont les dynamiques économies du Pacifique auront besoin. Les produits à valeur ajoutée génèrent plus d'emplois et de revenus pour les Albertains. C'est dans ce domaine que la région du Pacifique offre le meilleur potentiel, et c'est dans ce domaine que l'Alberta doit se diversifier si elle veut développer son économie.



La région du Pacifique connaît un autre changement qui offre des possibilités à l'Alberta. La tendance à l'urbanisation que l'on rencontre dans l'ensemble de la région générera une forte demande pour les réseaux de transport urbain, les installations d'épuration de l'eau, les réseaux de transport de l'électricité, les soins de santé, les réseaux téléphoniques, les techniques de recyclage, les matériaux de construction, ainsi que les compétences et les services requis pour en assurer le bon fonctionnement.

La tendance à l'urbanisation aura aussi un énorme impact sur le secteur agricole. L'afflux vers les villes accroîtra sensiblement le besoin d'une agriculture plus mécanisée, plus automatisée et plus efficiente. Ce qui créera des débouchés non seulement pour le matériel agricole, mais aussi pour des services agricoles comme la zoogénétique, la phylogénétique, l'observation par satellite et la télédétection au service de la gestion des récoltes, les systèmes d'engrais ainsi que les réseaux de stockage et de distribution des produits agricoles. L'Alberta est à l'avant-plan dans tous ces secteurs.

L'urbanisation exige aussi de l'énergie: distribution de l'énergie, techniques énergétiques et gestion des complexes énergétiques. Examinons les perspectives énergétiques qu'offrira la région du Pacifique dans les dix prochaines années:

- L'Indonésie prévoit doubler ses exportations de gaz naturel vers les autres nations du Pacifique dans les dix prochaines années.
- Hong Kong devrait importer un demi million de tonnes de gaz naturel en l'an 2000.
- Les consommateurs urbains du Japon, de la Corée et de Taiwan auront besoin de 60 millions de tonnes de gaz naturel d'ici à la fin de la décennie.
- La Malaisie, dont les réserves de gaz égalent celles de l'Alberta, devrait dépendre du gaz naturel pour combler plus de 40% de ses besoins énergétiques d'ici deux ans.
- Le Pakistan investit des millions dans l'exploration, la production et le traitement du pétrole et du gaz.
- Et la Thaïlande, qui commence à peine ses activités d'exploration pétrolière et gazière, rapporte la présence de gisements importants qu'elle devra urgemment exploiter en raison de l'explosion démographique à Bangkok et dans les autres grandes villes du pays.

C'est un marché qui convient bien à l'Alberta, une province qui a construit et géré certains des plus gros gazoducs du monde. Une province qui a fait oeuvre de pionnier dans l'extraction du

soufre du gaz naturel et qui en est maintenant le principal exportateur mondial. Une province qui est probablement le seul territoire du monde à utiliser le gaz naturel pour combler quelque 90% de ses besoins résidentiels, commerciaux et industriels. La région du Pacifique ne pourrait offrir de meilleures possibilités à Novacorp, TransCanada Pipelines, Husky, Asamera, Challenger Drilling et plusieurs autres entreprises.

Permettez-moi de conclure en vous laissant quelques messages clairs.

Premier message. Notre succès à l'étranger dépendra de plus en plus du succès que nous aurons à l'extérieur du continent nord-américain. Le commerce avec les États-Unis restera le fondement de l'économie albertaine. Mais c'est le commerce avec la région du Pacifique qui garantira la croissance.

Deuxième message. Les économies modernes prospères sont toutes fondées sur la compétitivité, mais cette compétitivité est la plus utile lorsqu'elle s'exerce dans un environnement où tous les intervenants doivent coopérer pour relever un défi commun. Le commerce est l'un de ces défis communs. Dans la région du Pacifique peut-être plus que dans toute autre région, les industries, les syndicats, les universités et tous les paliers de gouvernement doivent coopérer très étroitement.

Troisième message. Rien ne peut remplacer la connaissance de votre client. L'histoire des relations d'affaires entre l'Alberta et la région du Pacifique est une histoire de persistance et de connaissance - connaissance des langues, des coutumes, des populations et de marchés particuliers.

Quatrième message. Utilisez les services du gouvernement. Exploitez-les. Demandez-les. Je vous invite à traiter nos ambassades comme vos bureaux, et à considérer mon Ministère et l'ACDI comme des ressources qui vous aideront à créer des emplois en Alberta.

Cinquième message. Il est clair que l'Asie offre bien des possibilités aux Albertains, et dans des domaines que nous pouvons identifier. La question est de savoir si les Albertains sauront élargir leurs horizons au-delà de l'Amérique du Nord et de l'Europe.

Sixième message. La politique étrangère n'est plus étrangère. L'invasion du Koweït a manifestement un impact immédiat sur Calgary, tout comme l'ouverture d'un Bureau pour les exportations de boeuf à Tokyo, ou l'envoi d'une mission de l'ACDI en Asie du sud-est, ou les nouvelles initiatives que prend le Canada sur la sécurité et la coopération économique dans la région Asie-Pacifique.

Septième message. Les gens d'affaires canadiens pensent souvent qu'ils ne devraient s'intéresser aux marchés étrangers qu'après avoir connu du succès au pays. Dans les années 1990, cela sera de moins en moins le cas. Les gens d'affaires albertains constateront de plus en plus qu'ils ne peuvent réussir au pays que s'ils ont connu du succès à l'étranger.

Le défi du Pacifique est un défi à la taille des Albertains, qui ont la volonté, la persistance, les ressources naturelles, la capacité d'innovation et les compétences requises, et dont le commerce avec le Pacifique est déjà un succès. Si l'Alberta réussit dans le Pacifique, elle réussira n'importe où. Mais pour que cela soit possible, il faut que plus d'Albertains comprennent les enjeux que nous avons dans la région Asie-Pacifique, et les extraordinaires possibilités qui s'offrent de l'autre côté de l'océan Pacifique.