

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

**93/37**

**TELLE QUE PRONONCÉE**

**ALLOCUTION**

**DE**

**L'HONORABLE MICHAEL WILSON,**

**MINISTRE DE L'INDUSTRIE, DES SCIENCES**

**ET DE LA TECHNOLOGIE,**

**ET MINISTRE DU COMMERCE EXTÉRIEUR,**

**AU**

**GOODMAN FORUM**

**«LA CHINE NOUVELLE : DÉBOUCHÉS POUR LE CANADA  
AU COURS DU SIÈCLE DU PACIFIQUE»**

**TORONTO (Ontario)  
Le 19 mai 1993**

Honorables visiteurs de Chine, honorable Edwin Goodman, Mesdames et Messieurs, je suis très heureux d'être parmi vous aujourd'hui pour participer à cette tribune opportune sur les relations du Canada avec la Chine, aujourd'hui comme dans les années à venir.

Il y a un peu plus d'un an, j'ai dirigé une mission commerciale canadienne en Chine dans le but d'apporter un appui aux intérêts canadiens dans le marché chinois, lesquels commençaient déjà à prendre forme. Notre mission présentait un éventail impressionnant du savoir-faire canadien : agriculture, télécommunications, énergie, construction, services d'ingénierie et services d'architecture.

Elle en disait long sur le vaste éventail de secteurs dans lesquels le Canada possède une expérience qui épouse si bien les priorités de développement actuelles de la Chine. J'étais impressionné, à l'instar de tous les Canadiens membres de la mission, par les débouchés commerciaux qui s'offraient là-bas; c'était la conséquence de la croissance économique rapide et de la nouvelle orientation commerciale de la Chine. Nous étions aussi impressionnés par la vitalité et l'ouverture d'esprit des personnes que nous avons rencontrées. Ces changements sont pour une large part le fait de la politique de «porte ouverte» qu'a défendue Deng Xiaoping et des politiques clairvoyantes du Vice-premier ministre Zhu Rongji, qui s'est adressé à vous ce matin.

En raison de la rapidité avec laquelle les changements se produisent en Chine, même une personne ayant une grande expérience de ce pays, et qui ne s'y est pas rendue depuis six mois, serait quelque peu désorientée.

Il y a un vieux dicton chinois qui dit, *zo ma gwan hwa*. Pour ceux qui ne comprennent pas mon accent torontois, cela signifie «monter à cheval en regardant les fleurs». L'idée ici est que vous pouvez jouir d'un panorama superbe tout en allant à cheval, mais que vous ne pourrez jamais vous approcher de ces fleurs et les apprécier vraiment à moins de ralentir, de descendre de votre monture et de prendre le temps de profiter du jardin.

Parmi ceux qui sont présents ici aujourd'hui, beaucoup sont de vieux routiers de la Chine. Quant à ceux cependant qui en savent encore relativement peu sur la Chine mais qui ont néanmoins démontré un intérêt pour ce pays en participant à cette tribune aujourd'hui, j'espère que vous prendrez le temps, et ne ménagerez pas les efforts nécessaires, de descendre de vos montures afin de mieux comprendre la Chine, et de saisir quelques-uns des excellents débouchés commerciaux qui existent dans ce pays.

Cela me rappelle un vieux dicton canadien, j'entends vieux par rapport aux normes canadiennes, car il a été inventé par l'un de mes plus illustres prédécesseurs, M. George Hees. Lorsqu'il était ministre du Commerce et de l'Industrie, la formule de M. Hees pour réussir à l'exportation était simple.

Elle s'écrivait I-F-S-M-L-T-P-R-E-A

Les Canadiens ont beaucoup moins de finesse que les Chinois et la formule ne contient aucune conclusion cachée. En termes purs et simples, elle signifie «il faut se manger le train pour réussir en affaires». Nous pouvons supposer que M. Hees, tout comme le vieux dicton chinois, fait allusion à un animal quadrupède et qu'il donne le même conseil. Ce sont des mots pleins de sagesse dans le climat hautement concurrentiel auquel chacun d'entre vous sera confronté dans la Chine d'aujourd'hui et des années à venir.

Le thème de la tribune d'aujourd'hui est «La Chine nouvelle : débouchés pour le Canada au cours du siècle du Pacifique». La présence canadienne dans le marché chinois date de plusieurs décennies. En tant que marché traditionnel pour des produits canadiens, notamment le blé, la potasse et le soufre, la Chine a été un partenaire commercial fiable depuis le début des années 1960. En effet, la Chine représente le plus gros marché d'exportation du blé canadien et elle est notre cinquième partenaire commercial en importance.

Fait encore plus encourageant, le commerce bilatéral entre les deux pays a dépassé 4,6 milliards de dollars en 1992, une année record. Notre balance commerciale a été déficitaire, les exportations chinoises ayant été supérieures aux nôtres d'environ 300 millions de dollars.

C'est un signe encourageant, mais les possibilités pour le Canada d'obtenir une part de marché raisonnable et sûre en Chine sont énormes et, plus important encore, de faire une percée dans le secteur des produits de haute technologie à forte valeur ajoutée dans lequel les compétences canadiennes correspondent si bien aux priorités de développement de la Chine, en particulier dans les télécommunications, les transports, le pétrole et le gaz, la production et la transmission d'énergie, l'exploitation minière et la protection de l'environnement.

Les entreprises canadiennes se rendent également compte que le marché chinois est prêt pour les services d'ingénierie et d'architecture. En effet, depuis peu, la Chine reconnaît la valeur des échanges dans le secteur des services, ce qui devrait se traduire par d'importants débouchés pour les entreprises canadiennes dans les années 1990. Nous nous attendons en outre à ce que les services comptent pour une part croissante de notre commerce bilatéral.

Selon une étude récente, à l'heure actuelle, plus de 60 millions de Chinois ont un revenu égal ou supérieur à 1 000 dollars américains par an. Les économistes considèrent souvent que la barre des 1 000 dollars est le seuil du développement d'une société de consommation.

Il est certain que les entreprises canadiennes devraient prendre note de l'existence de 60 millions de consommateurs, lesquels représentent un segment de marché en forte croissance dans un marché plus vaste, et le développer dans les années à venir. Selon nos estimations, ce marché va croître considérablement au cours des années à venir, en raison de la croissance économique soutenue que bien des observateurs prédisent.

L'investissement dans les deux sens entre nations est un secteur extrêmement prometteur pour la coopération bilatérale et la prospérité commune dans le millénaire à venir. Bien des chefs de file canadiens de l'exportation, comme Northern Telecom, Babcock and Wilcox, Harris Farinon et Alcan, ont déjà bien pénétré le marché chinois grâce aux investissements effectués dans des installations de production en Chine.

De petites entreprises sont également présentes. Notre consulat général à Shanghai a reçu dernièrement la liste de plus de 50 coentreprises canadiennes établies sur place. Il s'agit pour la plupart de petites entreprises de services ayant des possibilités réelles de croissance future dans cette ville qui est la plus grande métropole et le plus grand centre industriel de la Chine.

Quant à une coentreprise établie par Northern Telecom, l'expérience s'est avérée suffisamment prometteuse pour que cette société se lance dans ce qui deviendra probablement sa plus importante base de production à l'extérieur de l'Amérique du Nord. De telles initiatives n'exportent pas les emplois, au contraire, elles permettent aux Canadiens de profiter d'une part d'un gâteau qui est en constante expansion.

À titre d'exemple, des personnes qui se sont rendues à l'usine de Northern Telecom à Shekou m'ont dit que les locaux sont pleins de caisses portant l'inscription Bramalea (Ontario). En investissant dans l'économie de la province de Guangdong, qui est en pleine expansion, Northern Telecom et plusieurs autres entreprises canadiennes ont constaté que tant les ventes de leurs usines canadiennes que celles de leurs usines chinoises avaient augmenté.

Je cite Guangdong en particulier parce que le taux de croissance dans cette province a été supérieur à 20 p. 100 l'année dernière. Les Chinois craignent que l'économie ne s'emballe là-bas; je suis donc certain que nous, au Canada, serions heureux de les débarrasser de quelques points de pourcentage.

L'investissement canadien en Chine peut permettre aux entreprises canadiennes d'établir une présence sur le marché local, de développer les relations et d'établir les canaux de distribution locaux nécessaires pour positionner avec succès une stratégie à long terme en Chine. Bien des entreprises peuvent réduire la composante devise étrangère de leurs produits en les montant en

Chine, ce qui augmente la compétitivité de nos exportations dans ce pays et dans l'ensemble de la région du Pacifique.

Je suis très heureux de noter que, dans le cadre de la nouvelle perspective mondiale de la Chine, cette dernière a réalisé que le Canada est aussi un pays idéal où investir. En effet, de nombreuses entreprises chinoises ont investi considérablement au Canada afin de tirer profit de nos ressources fiables et de notre technologie de pointe. Sans aucun doute, M. Ding, de la CITIC, vous a dit plus tôt aujourd'hui que le plus important investissement de son entreprise à l'extérieur de la Chine et de Hong-Kong a été effectué en Colombie-Britannique.

La société pétrolière nationale chinoise a récemment ouvert un bureau en Alberta pour étudier les possibilités de prises de participation dans le secteur de l'énergie au Canada. Le Canada se félicite de ces développements et mon gouvernement ainsi que ceux de mes homologues provinciaux appuient cette tendance.

Au cours de ma visite en Chine l'année dernière, j'ai été convaincu que le Canada occupe une place privilégiée dans le coeur des Chinois. Nous nous ferions des illusions, toutefois, en croyant que des sentiments chaleureux à l'égard des Canadiens suffisent pour obtenir des débouchés commerciaux en Chine.

La concurrence est vive en Chine et mon gouvernement a pris un certain nombre de mesures pour assurer un rôle continu et croissant pour les Canadiens là-bas. Les entreprises canadiennes sont représentées efficacement par les délégués commerciaux de nos missions à Beijing, Shanghai et Hong-Kong, ce qui constitue une ressource que, j'en suis sûr, beaucoup d'entre vous connaissent déjà. Nous cherchons aussi à accroître la compétence des entreprises canadiennes en Asie par l'entremise de programmes comme Pacifique 2000, qui finance des programmes d'études en affaires asiatiques, la formation linguistique et des stratégies sectorielles essentielles, en partenariat avec des associations industrielles.

L'Agence canadienne de développement international (ACDI) et la Société pour l'expansion des exportations (SEE) continueront de collaborer étroitement avec notre secteur privé en vue d'accroître les initiatives d'exportation de ce dernier vers la Chine.

Grâce au soutien financier qu'apporte notre gouvernement à d'importants organismes se concentrant sur la Chine, comme le Conseil commercial Canada-Chine et la Fondation Asie-Pacifique, nous nous efforçons de promouvoir le travail d'équipe chez les intervenants canadiens, en combinant une meilleure compréhension de la région et de meilleures relations à long terme avec des décideurs chinois clés.

Le Canada accorde une grande importance à nos relations avec la Chine et je suis enchanté d'avoir pu inviter le Vice-premier ministre Zhu au Canada.

M. Zhu, qui est un dirigeant politique de talent, et moi-même pouvons discuter librement de questions sur lesquelles nous avons des divergences tout en poursuivant un programme tourné vers le progrès, ce qui nous permet de travailler en plus étroite collaboration afin de bâtir un avenir prospère.

Plus tôt aujourd'hui, j'ai discuté avec le Vice-premier ministre Zhu des préoccupations du Canada au sujet de l'accès des entreprises canadiennes au marché chinois.

Comme par le passé, le Canada continuera à élargir les relations commerciales et politiques avec la Chine, et cela en dépit d'autres différences qui peuvent exister entre nos deux pays. Voilà des années que la Chine est un de nos partenaires commerciaux les plus favorisés et, pour nous, la clause de la nation la plus favorisée dont elle jouit ne doit pas être utilisée à la poursuite d'autres objectifs.

Cela serait non seulement contraire aux intérêts du Canada mais encore aux intérêts des Chinois, dont l'économie en croissance jettera, à mon avis, des bases propices à l'essor du pluralisme et du bien-être.

La clause de la nation la plus favorisée est une voie à deux sens et nous nous attendons de la part de la Chine à ce qu'elle réserve aux exportateurs et investisseurs canadiens le même traitement privilégié qu'elle accorde à ses autres principaux partenaires commerciaux.

L'adhésion de la Chine à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) nous a encouragé, et nous y avons accordé notre appui. La transparence accrue du régime commercial chinois et l'accès plus facile aux débouchés commerciaux pour les entreprises canadiennes qui désirent faire concurrence permettront à la Chine de se rapprocher d'une économie axée davantage sur le marché et de devenir membre de cet important organisme multilatéral plus rapidement.

Notre avenir commun dépend d'une coopération constructive et tangible qui, à la fois, rapproche la Chine du système commercial international et lui apporte la prospérité et la stabilité auxquelles sont peuple industriel a droit.

Les Canadiens ne doivent pas essayer d'isoler la Chine de la communauté internationale; au contraire, ils doivent s'efforcer d'entamer des discussions franches et de coopérer de façon productive avec elle afin de favoriser les politiques économiques créatrices avec lesquelles le Vice-premier ministre Zhu est

inextricablement lié. L'amitié de longue date entre le Canada et la Chine signifie que nous ne devons être ni réticents envers les amis ni peu disposés à partager nos points de vue avec franchise.

Au cours du «siècle du Pacifique», le Canada et la Chine joueront un rôle essentiel. En tant que nation côtière du Pacifique, le Canada s'intègre davantage à la région, grâce à nos stratégies commerciales et à notre participation active aux tribunes régionales multilatérales, comme l'Asia-Pacific Economic Co-operation. Cette tendance se poursuivra, car les échanges commerciaux transpacifiques sont de 30 p. 100 plus élevés et croissent deux fois plus vite que les échanges transatlantiques.

Le Canada jouit de relations privilégiées avec Hong-Kong, qui est une importante source d'immigrants, d'investissements et de talents d'entrepreneur. Nos liens commerciaux avec Taiwan ont augmenté de façon importante depuis que la Chambre de commerce du Canada a ouvert un bureau à Taipei en 1986.

J'ai exposé ces points de vue dans le contexte d'une «Chine élargie» qui comprend de façon productive le dynamisme des Chinois dans toute la région. À l'heure actuelle, cette tendance évolue rapidement et, selon moi, jettera les bases d'une économie chinoise encore plus forte après 1997 et pendant une grande partie du «siècle du Pacifique», alors que, selon les prévisions, la Chine doit dépasser les États-Unis et avoir le plus grand produit national brut (PNB) au monde.

Le Canada doit se tourner vers l'avenir afin de se positionner de façon à relever les défis que poseront ces développements au cours des prochaines années. Que laisse présager l'avenir pour le Canada sur le plan commercial? En se fondant sur les tendances actuelles, nous prévoyons que les exportations de biens d'équipement vers la Chine continentale uniquement représenteront au moins un tiers du total de nos exportations d'ici à 1997.

Cela représente des exportations de biens d'équipement canadiens vers la Chine de plus de 1 milliard de dollars par an, et ce, dans seulement quatre ans, soit trois fois plus que l'actuel chiffre d'un peu plus de 300 millions de dollars. Avec l'actuelle tendance à l'intégration pacifique des économies de Hong-Kong, de Taiwan et de la Chine continentale, les conséquences, au plan des exportations, de notre participation à la «région de la Chine élargie» représentent le plus gros débouché commercial pour le Canada pendant la décennie à venir.

En conclusion, je voudrais vous rappeler que mon ministère, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, par l'entremise du service des délégués commerciaux en Chine, a mis en place l'infrastructure nécessaire pour guider les entreprises canadiennes, grandes et petites, sur la voie du succès dans le

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.