

Statement

Minister for
International
Trade



Discours

Ministre du
Commerce
extérieur

89/46

SOUS RÉSERVE DE MODIFICATIONS

NOTES POUR UNE ALLOCUTION

PAR LE MINISTRE DU COMMERCE EXTÉRIEUR,

JOHN C. CROSBIE,

POUR LE LANCEMENT DU MOIS CANADIEN DE

L'EXPORTATION 1989 À TERRE-NEUVE

ST-JEAN (TERRE-NEUVE)

Le 28 septembre 1989

Il me fait grand plaisir de vous retrouver aujourd'hui à St. John's pour ce lancement anticipé du Mois des exportations canadiennes.

Nombre d'entre vous savent que mes fonctions de ministre du Commerce extérieur m'amènent à parcourir le globe.

La semaine dernière, par exemple, j'avais le privilège de me trouver en Extrême-Orient et de prendre la parole à un déjeuner offert par la Chambre de commerce du Canada à Hong Kong.

Notre déjeuner d'aujourd'hui peut donc sembler une répétition de celui de la semaine dernière puisque je me trouve dans l'Extrême Est du Canada pour participer à un déjeuner offert par l'Association des gens d'affaires Hong Kong-Canada.

En plus de remercier l'Association des gens d'affaires Hong Kong-Canada d'avoir organisé cette activité, je me dois aussi de remercier le Comité d'organisation du Mois des exportations canadiennes à Terre-Neuve, qui a été le premier à proposer l'idée.

Nous avons la chance d'avoir ici, à Terre-Neuve, un Comité composé de personnes aussi expérimentées et compétentes.

Paul Rose, le co-président fédéral, est impliqué depuis bien des années dans le commerce international, tout comme Brian Murray, son co-président provincial.

Pat Cronin, Derek Locke, Ed Coady, Jackie Bannister et d'autres représentants du secteur public nous ont fait profiter de leur remarquable expérience.

Ann Mills, qui assure aussi la vice-présidence de l'Association des gens d'affaires Hong Kong-Canada, fait profiter le Comité de sa longue expérience du Mois des exportations canadiennes; et Maurice Whiffen, le président de North Atlantic Package, est un autre excellent représentant du secteur privé.

Enfin, Chris Vaughan de Memorial donne une perspective universitaire à la question du commerce international.

Ensemble, les membres du Comité de cette année ont dressé un calendrier complet d'activités pour tout le mois d'octobre, notre Mois des exportations - activités qui, je le crois, aideront les gens de Terre-Neuve et du Labrador à comprendre les avantages que procure le commerce international.

Et ne sous-estimons jamais l'importance de ces avantages pour notre province et notre pays. Parce qu'avec nos petites populations terre-neuvienne et canadienne, ce n'est qu'en vendant nos produits halieutiques, forestiers et minéraux à l'étranger que nous avons pu survivre, et même prospérer. En fait, nous exportons plus de 20% de tout ce que nous produisons dans l'Est

du Canada et à Terre-Neuve, et plus de 30 000 emplois dans cette province dépendent du commerce extérieur.

J'aimerais vous parler aujourd'hui de la façon dont nous espérons optimiser les avantages commerciaux que pourront retirer Terre-Neuve et le Canada dans les années à venir; et de la façon dont le ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur entend vous aider à relever les défis qui nous attendent.

Notez le nom: Affaires extérieures et Commerce extérieur. C'est un nouveau mandat de rayonnement commercial qui est donné à mes fonctionnaires. Et nous avons adopté ce nom pour des raisons bien précises: pour reconnaître le rôle central que les relations économiques internationales doivent jouer dans nos politiques étrangères des années 1990; pour vous faire savoir que nous sommes votre ministère à Ottawa; et pour réaffirmer que notre rôle est d'aider les exportateurs canadiens à réussir.

Pour vous aider à décrocher des ventes à l'étranger dans les années à venir, nous entendons appliquer une stratégie tripolaire visant à aider les entreprises canadiennes à se donner le monde pour horizon. De sorte que des entreprises canadiennes comme Beothuk Fisheries puissent vendre leurs produits non seulement à Toronto ou à Boston mais aussi à Londres et à Hong Kong.

Notre stratégie commerciale reconnaît que le monde s'est polarisé autour des trois méga-marchés que sont l'Amérique du Nord, la Communauté européenne et la région Asie-Pacifique.

Dans ce monde tripolaire, l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce - le GATT - prend une importance cruciale pour des nations commerçantes moins influentes comme le Canada. Il est notre porte d'accès à ces trois marchés.

Comme vous le savez, nous avons rassemblé une solide équipe pour promouvoir les intérêts canadiens dans les actuelles négociations de l'Uruguay Round. Et nous y présentons des positions bien raisonnées sur des questions qui vont des subventions aux réductions des droits de douane.

Mais ne nous laissons pas leurrer.

Le nombre des participants à la table de négociation fait qu'il sera difficile d'y obtenir un accord. Les questions faciles ont été réglées dans les Rounds précédents. Les problèmes de longue date comme l'agriculture ne sont jamais faciles à régler. Et les nouveaux thèmes comme les services, les investissements et la propriété intellectuelle sont tout aussi sensibles.

Mais si difficiles que puissent être ces questions, nous ne pouvons pas ne pas relever le défi. L'effondrement du système multilatéral serait tout simplement désastreux pour Terre-Neuve,

pour le Canada et pour le monde. Le GATT n'est certainement pas parfait. Mais il est tout ce que nous avons. Nous devons donc y poursuivre nos efforts. Et nous le ferons.

Le GATT nous ouvre certes de nouvelles possibilités, mais c'est l'ALE qui nous rendra capables de saisir ces possibilités. L'Accord stimule fortement la compétitivité canadienne par la spécialisation et les économies d'échelle qu'il permet. Et il valorise la production au Canada en éliminant les droits de douane élevés sur les produits à valeur ajoutée.

Nous avons aussi constitué une équipe de premier ordre pour gérer la relation.

La Commission a tenu sa première réunion.

Le processus d'accélération des réductions tarifaires a suscité des milliers de demandes en ce sens des deux côtés de la frontière.

Les membres des groupes spéciaux chargés du règlement des différends ont été choisis, tout comme les membres du Comité sélect sur l'industrie automobile.

Certains différends sont en voie d'être tranchés.

Les groupes techniques se mettent au travail, et nous avons nommé notre négociateur en chef pour les discussions sur les subventions et les droits antidumping.

Nous faisons aussi des progrès dans le domaine de la promotion du commerce avec les États-Unis.

Nous prévoyons accroître la participation aux foires commerciales et organiser un plus grand nombre de missions commerciales.

Nous avons mis en place de nouveaux programmes pour aider les exportateurs canadiens à pénétrer des marchés régionaux des États-Unis - comme le programme NEXUS qui vise le Sud des États-Unis - et élargi des programmes existants comme le programme NEEF, qui vise la commercialisation dans les États américains frontaliers. En fait, certains de vous m'accompagnaient peut-être lors de notre récente mission à Boston. Mission qui a permis à 15 entreprises de Terre-Neuve de rechercher des débouchés extérieurs.

Des études sectorielles sont également préparées, dont plusieurs portant sur la clientèle de la Nouvelle-Angleterre.

Des séries permanentes de séminaires sont organisées pour vous aider à en apprendre plus sur le financement des exportations,

sur les possibilités offertes par les marchés publics américains et sur d'autres questions clés.

Mais le GATT et l'ALE ne sont pas nos seuls domaines d'action. Nous prenons aussi des initiatives sur les fronts européen et asiatique.

Nous savons tous que la Communauté européenne tente d'achever son Marché intérieur d'ici à 1992.

Notre stratégie pour 1992 se résume ainsi:

Nous procédons à une analyse détaillée des répercussions de l'objectif 1992 par le biais de groupes de travail internes et de trois grandes études que nous avons commandées.

Nous entendons continuer à utiliser le GATT comme principal mécanisme de discussion avec la Communauté, reconnaissant que les réformes qui mèneront au Marché intérieur de 1992 pourraient affecter considérablement les politiques communautaires en matière de commerce extérieur.

Nous voulons promouvoir les investissements dans les deux sens et encourager le développement d'alliances stratégiques entre sociétés canadiennes et européennes.

Et nous voulons aider les entreprises canadiennes à mieux comprendre l'objectif 1992 et les possibilités qu'offre l'Europe.

Alors que nous suivons et que nous analysons l'Europe et son objectif 1992, nous nous efforçons aussi de renforcer nos liens commerciaux et financiers avec la bordure du Pacifique.

Nous savons tous que la région du Pacifique polarise de plus en plus le commerce mondial. Il est manifestement essentiel que nous établissions une présence plus solide dans cette région et que nous saisissons les possibilités qu'offre cette dynamique région du monde.

Là encore, nous croyons que l'ALE renforcera grandement notre capacité de concurrence à l'étranger. Il est vraiment pour nous un tremplin outre-Pacifique.

Mais nous devons manifestement faire plus.

Nous entendons renforcer les compétences linguistiques et culturelles de nos entreprises de façon à pouvoir traiter plus efficacement avec le Japon, la Corée et les autres nations asiatiques.

Nous prévoyons accroître notre soutien pour la pénétration des marchés - comme les promotions des fruits de mer canadiens que

nous faisons cette année à Hong Kong et qui sont couronnées de succès.

Nous voulons encourager la coopération et les échanges en matière de science et de technologie - soit le genre de coopération qui peut résulter de voyages comme la mission que projette de mener en novembre l'Association des gens d'affaires Hong Kong-Canada.

Et nous espérons promouvoir les intérêts canadiens par un programme de communications plus vigoureux et par des échanges culturels visant à mieux faire connaître notre pays aux Asiatiques.

Nous nous sommes donc donné une stratégie commerciale comprenant les volets suivants:

- Une stratégie axée sur les trois grands pôles que sont les États-Unis, l'Europe et l'Asie.
- Le maintien de notre participation au GATT comme porte d'accès aux trois méga-marchés.
- Et l'ALE comme la clé de notre capacité de saisir ces possibilités.

Et si nous sommes concurrentiels sur ces trois méga-marchés, nous le serons n'importe où dans le monde - que ce soit au Brésil ou en Europe de l'Est.

Je vous ai parlé jusqu'à maintenant de renforcer nos capacités de concurrence et de créer des possibilités. Mais les capacités et les possibilités ne suffisent pas. Elles auront peu de sens si nous n'avons pas la volonté d'utiliser nos capacités pour saisir les possibilités.

C'est peut-être là notre plus grand défi - celui de développer une culture commerciale extravertie dans laquelle les connaissances et les compétences des Canadiens correspondent à l'importance qu'a le commerce international pour notre économie.

Une façon de prendre de l'expérience est de consulter nos centres du commerce international. Des experts comme Tom Greenwood sont ici pour vous aider. Une autre façon est de constituer un réseau canadien d'universités ayant des programmes d'administration internationale des affaires de sorte que la prochaine génération soit encore mieux préparée.

C'est pourquoi j'ai été heureux d'annoncer récemment que le ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur versera 75 000 dollars à l'École d'études commerciales de l'Université Memorial pour la préparation de programmes de commerce international - de programmes qui, je l'espère, aideront

nos futurs dirigeants d'entreprises à se donner le monde pour horizon.

Ce n'est qu'un autre exemple de notre détermination d'aider les habitants de ce vaste pays à devenir des négociants mondiaux, de vous aider à réussir au plan mondial.

Je crois que notre stratégie commerciale d'ouverture des marchés étrangers est celle dont le Canada a vraiment besoin.

Je crois que nos programmes de promotion des exportations sont pratiques et efficaces.

C'est pourquoi je vous invite tous à participer au Mois des exportations pour apprendre comment nous pouvons vous aider à réussir sur les marchés étrangers, de sorte que les années qui viennent vous permettent de vous développer et de prospérer.