

Déclaration

94/75

SOUS RÉSERVE DE MODIFICATIONS

**NOTES POUR UNE ALLOCUTION
DE
L'HONORABLE ROY MACLAREN,
MINISTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL,
DEVANT LA CANADA-JAPAN SOCIETY OF TORONTO,
LA JAPAN SOCIETY ET LA FONDATION ASIE-PACIFIQUE**

**TORONTO (Ontario)
Le 5 décembre 1994**



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada

Il est maintenant assez clair que nous sommes à l'aube du « siècle du Pacifique ». Les taux de croissance dans une bonne partie de la région Asie-Pacifique représentent déjà le double de la moyenne mondiale. Si les tendances actuelles se maintiennent, la région comptera pour 60 p. 100 de la population du globe, 50 p. 100 de la production mondiale et 40 p. 100 de la consommation totale d'ici l'an 2000. C'est en fait tout le centre de gravité économique du monde qui se déplace de l'Atlantique vers le Pacifique. Rien de moins!

L'ampleur même de cette transformation présente des défis en même temps que des possibilités. Comment un petit pays comme le Canada peut-il avoir accès à un marché de plus de 2 milliards d'habitants? Quelle approche peut englober des économies aussi diverses que celles de Singapour et de la Chine? Où devrions-nous tenter de jeter un pont sur le Pacifique? Il est clair que le Canada doit s'accommoder de la montée de l'Asie. Et pourtant, l'ampleur même du défi semble obscurcir la voie à suivre.

Il n'y a évidemment pas seulement un pont qui nous relie au Pacifique. Le Canada est membre de l'APEC [mécanisme de Coopération économique Asie-Pacifique] qui, dans le prolongement du sommet tenu le mois dernier en Indonésie, vise à fournir un cadre pour le libre-échange dans la région d'ici l'an 2020. Le premier ministre vient tout juste de diriger avec grand succès une mission commerciale de « l'Équipe Canada » en Chine, dans la foulée des missions que j'ai dirigées en Inde, à Hong Kong, en Corée, au Japon et en Chine au cours des 12 derniers mois. Le Canada a aussi établi un « partenariat spécial » avec la Corée, et nous sommes disposés à conclure des accords bilatéraux similaires avec d'autres économies clés de la région. Prises ensemble, ces missions et d'autres initiatives soulignent la nouvelle priorité que le Canada accorde à l'Asie et reflètent notre désir d'aller de l'avant sur le plus grand nombre de fronts possible.

Pourtant, le Japon reste la clé de notre stratégie pour l'ensemble de la région Asie-Pacifique. La vigueur de nos relations bilatérales justifie à elle seule leur importance prédominante. Le Japon est notre troisième principal marché d'exportation, après les États-Unis et l'Union européenne. En 1993, les exportations canadiennes au Japon se sont accrues de 13 p. 100 pour passer à plus de 8 milliards de dollars — soit l'équivalent de l'ensemble de nos exportations vers le reste de l'Asie.

Le Japon est aussi notre troisième plus importante source d'investissements étrangers directs avec environ 10 milliards de dollars. Autre preuve de l'importance de ces investissements, Toyota a récemment annoncé un nouvel investissement de 600 millions de dollars dans ses installations en Ontario. Et les investisseurs japonais détiennent plus de 45 milliards de dollars en obligations canadiennes. Il est donc clair que le Canada ne peut se permettre de négliger le Japon.

Mais le Japon est plus que notre troisième partenaire commercial. En tant que l'une des trois grandes puissances économiques du monde, le Japon est le moteur — et l'inspirateur — du miracle économique asiatique. En tant que source d'un réseau dynamique d'échanges financiers, commerciaux et technologiques, le Japon est au centre d'un vaste empire économique qui englobe tous les pays en bordure du Pacifique. En maintenant sa position sur le marché japonais — et dans d'autres économies clés comme Taïwan, la Corée, Hong Kong et Singapour —, le Canada se donne une fenêtre sur l'ensemble de l'Asie.

Il faut alors se demander comment cette position peut être garantie. Si le Japon est la clé de l'économie asiatique, où est la clé du Japon? Le Japon ne s'est jamais taillé une réputation d'ouverture. Des liens corporatifs opaques, des réseaux de distribution restrictifs, des préférences culturelles distinctives — voilà quelques-uns des facteurs qui ont fait du Japon l'une des économies industrialisées les plus protégées du monde. Mais la situation est en train de changer. Le Japon mène depuis quelques années une restructuration tranquille qui en fera éventuellement un marché encore plus important pour les exportations canadiennes et un tremplin encore plus stratégique pour l'ensemble du marché asiatique.

De vastes changements économiques sont en voie de créer un nouveau Japon. Cette transition économique est le résultat de grands changements socio-démographiques et des effets étonnants de l'appréciation du yen ces dernières années. Ce dernier élément a contribué à une augmentation marquée des coûts relatifs de production au Japon même et à l'élargissement de l'écart entre les prix des produits japonais et ceux des produits d'importation.

Son incidence économique est triple : premièrement, la production à forte concentration de main-d'oeuvre et à technologie moins avancée est transférée à l'extérieur du Japon; deuxièmement, des investissements massifs sont réalisés en Asie et ailleurs; troisièmement, la croissance économique, autrefois induite par les exportations, est dorénavant tributaire de la demande intérieure. Le rythme du changement peut être imprévisible, mais son orientation est bien définie. La libéralisation économique — surtout par le biais de la déréglementation et de l'élimination des barrières à l'importation — stimule la demande intérieure, ouvre des possibilités aux fournisseurs étrangers de biens et de services et alimente la reprise au Japon.

La restructuration économique du Japon s'est accompagnée de changements politiques tout aussi marquants. Les élections générales de 1993 ont mis fin au règne du Parti démocrate libéral [PDL], qui avait été au pouvoir pendant 38 ans sans interruption. L'hégémonie du PDL a été remplacée par une nouvelle génération de réformateurs qui acceptent mal les anciens accommodements

politiques. L'importance croissante des régions est un autre aspect essentiel du changement politique.

Le Japon n'est pas un monolithe : il se compose de 4 grandes îles, de 47 préfectures et de zones climatiques très diversifiées; en outre, son histoire remonte à plusieurs siècles. Tous ces facteurs ont favorisé le pluralisme et la décentralisation. Le Canada a réagi à la situation en ouvrant des consulats à Nagoya et au Fukuoka, en plus de son consulat général à Osaka et de son ambassade à Tokyo.

Un nouveau mouvement de restructuration politique a donc accompagné le mouvement tout aussi puissant de restructuration économique. Il en résulte que le Japon ne sera plus jamais le même.

Dans l'ensemble, ces tendances devraient donner trois grands avantages. Premièrement, la libéralisation générale de l'économie et du régime politique devrait limiter davantage les règles bureaucratiques qui ont favorisé l'industrialisation du Japon, mais qui n'ont plus tellement leur place dans une économie de marché moderne.

Deuxièmement, la libéralisation devrait contribuer à l'accroissement de la demande intérieure, à la baisse des prix à la consommation, à la hausse du revenu disponible et à l'apparition de nouvelles occasions d'investissement. Troisièmement, la libéralisation devrait améliorer la transparence des marchés et des pratiques commerciales du Japon, et donc atténuer certaines tensions commerciales internationales.

Il s'agit là de changements radicaux. Nous savons que certains intérêts acquis y sont opposés et que l'incertitude du climat politique nuit aux initiatives en matière de politique. Mais il n'y aura pas de retour en arrière. Les consommateurs japonais, autrefois assez satisfaits, se préoccupent maintenant davantage des prix et attendent plus impatiemment un changement.

Le secteur privé du Japon commence aussi à renforcer la tendance à la libéralisation, alléguant le coût élevé du respect des réglementations et les coûts astronomiques des terrains, de l'énergie et de la distribution. Le Canada et les autres pays étrangers ne peuvent que bénéficier de ces développements.

Il est vrai que des obstacles au commerce sont maintenus au Japon; mais nous les controns de façon concertée sur les plans bilatéral et multilatéral. Nous maintenons une approche basée sur la réglementation plutôt que de cibler des quantités à exporter.

Par exemple, lors de sa récente visite au Japon, mon collègue le ministre de l'Industrie a signé, avec le ministre japonais de la Construction, une entente qui mènera à la reconnaissance mutuelle

des données d'essai pour les matériaux de construction. Cette entente éliminera les chevauchements coûteux dans les procédures d'essai, d'évaluation ou de certification. Par ailleurs, la mise en oeuvre des résultats de l'Uruguay Round améliorera les conditions d'accès dans plusieurs secteurs. Et nous continuerons de collaborer avec le Japon pour faire progresser davantage nos efforts de libéralisation du commerce, par exemple lors des réunions des ministres du Commerce de la Quadrilatérale et dans les initiatives prises dans le cadre du G-7.

Cependant, l'obstacle le plus important à l'exploitation de notre potentiel d'exportation ne tient pas aux problèmes d'accès, mais plutôt à l'insuffisance de l'offre. Nous devenons de plus en plus performants lorsqu'il s'agit de fournir aux Japonais des produits d'importation à valeur ajoutée, économisant du travail et à prix concurrentiels, mais il reste énormément à faire.

Notre principal défi est de nous positionner de façon à tirer avantage des possibilités qu'offre le nouveau Japon. Et c'est là qu'intervient le *Plan d'action canadien pour le Japon*. Le *Plan d'action*, initialement dévoilé en 1993 lors d'une réunion du Comité des gens d'affaires Canada-Japon, a été élaboré pour donner suite à l'une des principales recommandations du rapport du Forum Canada-Japon 2000, qui demandait que les Canadiens soient sensibilisés davantage aux débouchés commerciaux qu'offrait le Japon.

Je suis heureux de vous fournir aujourd'hui la première ébauche de la troisième version du Plan. Les révisions qui y ont été apportées montrent bien qu'il s'agit d'un document dynamique. Nous le perfectionnons continuellement, au fur et à mesure que nous adaptons nos stratégies et nos pratiques à l'évolution du contexte japonais.

Les révisions reflètent aussi nos efforts pour assurer que le Plan est déterminé par l'industrie, avec la participation active de groupes et d'entreprises du secteur privé. Il est important de préciser que ce *Plan d'action canadien pour le Japon* est celui du Canada, et non pas seulement celui du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Il est le fruit d'efforts intensifs de collaboration et de consultation entre mon Ministère, d'autres ministères fédéraux, les provinces et, surtout, le secteur privé.

Ensemble, nous avons identifié sept secteurs prioritaires aux fins de l'expansion du commerce avec le Japon : les matériaux de construction, les aliments transformés, les poissons et les fruits de mer, les pièces d'automobiles, les technologies de l'information, le tourisme et les industries aérospatiales. Le Plan s'inspire de trois grands principes d'action :

- le premier consiste à faire connaître les transformations qui caractérisent le Japon et les débouchés commerciaux qui

y sont offerts, grâce à la diffusion rapide de bons renseignements sur les marchés;

- le deuxième consiste à encourager l'adaptation des produits en fonction des besoins du marché japonais;
- le troisième consiste à promouvoir plus efficacement nos produits sur le marché.

Le *Plan d'action* ne constitue pas une liste exclusive; il représente un premier bon effort pour penser de manière stratégique et pour axer nos ressources collectives sur des objectifs communs.

Le Canada est fermement engagé à approfondir ses relations commerciales et économiques avec les pays de la région Asie-Pacifique — un engagement confirmé par notre participation active à l'APEC. Nous sommes déterminés à jouer un rôle dans la profonde transformation en cours.

Mais de tous les pays de la région, le Japon n'est pas seulement notre plus vieux et plus important partenaire; il est, à bien des égards, la clé de nouveaux partenariats avec l'ensemble de la région. Les gens d'affaires canadiens doivent comprendre les changements profonds qui sont en train de transformer le marché japonais, tout en profitant des possibilités qu'ils présentent.

C'est précisément ce que font déjà un grand nombre d'entreprises canadiennes; mais il y en a aussi un grand nombre qui entrevoient à peine l'énorme potentiel offert par ce marché. L'enjeu est non seulement notre présence au Japon, mais aussi notre présence dans l'ensemble de l'Asie.

Merci.