



---

## DÉCLARATION

---

94/56

SOUS RÉSERVE DE MODIFICATIONS

NOTES POUR UNE ALLOCUTION

DE

L'HONORABLE ROY MACLAREN,

MINISTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL,

À

LA CONFÉRENCE SUR LE CENTENAIRE

DU SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX

TORONTO (Ontario)  
Le 3 octobre 1994

Je remercie le Comité consultatif sur le commerce extérieur (CCCE), et surtout son président, M. Marshall Cohen, pour cette plaque marquant cent années d'activités du Service des délégués commerciaux. Je l'accepte au nom des centaines d'hommes et de femmes, agents et personnel de soutien basés au Canada et recrutés à l'étranger, qui ont donné son vrai sens à l'expression «fonction publique» en mettant leurs énergies et leurs talents au service des gens d'affaires canadiens. Un tel honneur est d'autant plus significatif qu'il est présenté par ceux que nous servons.

Soyez les bienvenus à cette conférence célébrant le centenaire du Service des délégués commerciaux, un service qui a été reconnu par les Canadiens et nos concurrents comme l'un des meilleurs services de représentants commerciaux au monde. Le Service est une composante essentielle de la grande stratégie du gouvernement fédéral pour stimuler le commerce international. Je suis sûr que ceux qui m'ont précédé à ce portefeuille, et surtout ceux d'entre eux qui sont ici aujourd'hui, conviendront avec moi que le Service des délégués commerciaux ne devrait pas être considéré simplement comme un programme gouvernemental parmi d'autres, mais plutôt comme un bon investissement dans la prospérité future du Canada.

Au début de l'an prochain, je visiterai l'Australie où, en 1894, M. John Larke a été affecté comme premier délégué commercial du Canada. Le monde était alors complètement différent du nôtre, mais M. Larke a fait du travail remarquablement similaire à celui des délégués d'aujourd'hui. Il a recueilli de l'information commerciale, et aidé les sociétés canadiennes intéressées à commercer avec l'Australie. Il a fourni des conseils sur les transports et les questions douanières, et il a stimulé le commerce d'une large gamme de produits canadiens, dont les textiles, les roues de voiture et les céréales.

Les 600 Canadiens et les 350 agents commerciaux recrutés sur place qui travaillent aujourd'hui dans 140 bureaux au Canada et à l'étranger offrent encore ce type de conseils. Maintenant, ils font également la promotion d'une gamme beaucoup plus large d'exportations de produits et de services. Il s'agit notamment de micro-plaquettes, de matériel de télécommunication, de services financiers et juridiques et de technologies de l'information, pour ne nommer que quelques-unes des industries de haute technicité à forte valeur ajoutée dans lesquelles les sociétés canadiennes sont des leaders mondiaux.

Les délégués commerciaux d'aujourd'hui doivent également s'occuper de toute une gamme de nouvelles questions que M. Larke n'aurait jamais pu imaginer. Les contingents, les subventions, les taux de change, les communications planétaires instantanées, les accords commerciaux bilatéraux et internationaux, le démantèlement des barrières tarifaires conjugué au développement des barrières non tarifaires : ce ne sont là que quelques-uns des éléments de la vie commerciale internationale d'aujourd'hui.

Les délégués commerciaux d'aujourd'hui sont aussi engagés dans des activités de promotion commerciale non traditionnelles. Ils sont de plus en plus souvent invités à trouver des partenaires étrangers pour des firmes canadiennes, à favoriser l'investissement étranger direct au Canada, à promouvoir le tourisme au Canada et à identifier des technologies étrangères qui intéressent les firmes canadiennes.

Notre Service des délégués commerciaux a grandement contribué à la performance du Canada sur les marchés étrangers. John Larke a été le premier des nombreux délégués commerciaux qui ont sensiblement contribué au bien-être des Canadiens.

Nous devons maintenant nous assurer que nos délégués commerciaux continuent de fournir les services dont ont besoin les gens d'affaires dans un monde toujours plus complexe. C'est d'ailleurs justement l'objectif de cette Conférence — écouter ce que vous, les gens d'affaires, avez à nous dire sur ce que doit faire le Service pour mieux répondre à vos besoins.

Ces derniers mois, j'ai écouté ce que nos clients avaient à nous dire lors des petits déjeuners-rencontres que j'ai eus avec les représentants de petites et moyennes entreprises du pays et des consultations menées avec nos centres d'études en administration internationale, dans le cadre des consultations structurées menées par le Comité consultatif sur le commerce extérieur (CCCE) et les groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur (GCSCE), et dans le contexte de diverses autres initiatives.

Le message est clair — faites moins, mais faites mieux ce que vous faites déjà. On m'a dit qu'il y a trop de programmes et que ces programmes sont gérés par trop d'intervenants, et que vous voulez plus de renseignements sur les marchés — et des renseignements à jour. Vous nous demandez aussi de mieux nous adapter aux besoins des petites et moyennes entreprises.

Dans la foulée de ces consultations, j'ai déjà pris certaines mesures préliminaires dans trois grands domaines.

D'abord, nous apportons un certain nombre d'améliorations à la façon dont nous recueillons et diffusons l'information commerciale et les renseignements sur les marchés. Nous avons mis en place un service de babillard électronique qui permet aux exportateurs de consulter l'information commerciale internationale la plus récente à partir d'un ordinateur personnel et d'un modem. Nous préparons aussi un Système automatisé de renseignements sur les marchés pour la télécopie de messages sur les débouchés potentiels.

Une deuxième série de mesures vise à mieux définir et orienter le rôle de soutien joué par les gouvernements. Il faut une

meilleure coordination de l'activité de promotion du commerce international, tant entre les ministères fédéraux qu'avec les provinces.

C'est pourquoi le Plan de promotion du commerce extérieur de cette année englobera l'apport et les activités commerciales internationales de toutes les provinces, outre ceux des 18 ministères et organismes fédéraux qui participent déjà au processus.

De plus, en collaboration avec les provinces, Industrie Canada et un certain nombre d'organismes fédéraux lancent une nouvelle initiative appelée «Équipe Canada». Nous tentons d'optimiser les services aux clients en coordonnant l'exécution des activités d'expansion du commerce international entre les divers paliers de gouvernement. Nous entendons agir promptement en établissant des projets pilotes en coopération avec les provinces qui se sont déjà montrées intéressées par l'idée.

Le troisième ensemble d'initiatives que nous entreprenons se situe au niveau de l'appui aux petites et moyennes entreprises. Du point de vue fédéral, les PME sont une ressource nationale vitale, la composante la plus dynamique de l'économie et le secteur d'activité le plus axé sur les connaissances et le plus sensibilisé au changement rapide. De plus, les PME sont la principale source de création de nouveaux emplois. Mais il faut que nos PME s'impliquent bien plus dans le commerce international si nous voulons faire mieux sentir notre présence sur les nouveaux marchés.

C'est pourquoi nous axons davantage nos programmes sur les besoins des PME. Nous préparons aussi de nouveaux produits. À titre d'exemple, la Société pour l'expansion des exportations met actuellement au point, en collaboration avec les institutions financières canadiennes, un nouveau concept prometteur qui supposera un accroissement du financement accordé aux petits exportateurs. Ce concept vise à amener leurs banques locales à leur accorder plus de crédits à court terme pour faciliter les ventes à l'étranger.

À titre de ministre du Commerce international, je sais fort bien que nous devons établir un équilibre entre les initiatives au plan national et les nouveaux projets pour vous aider à pénétrer de nouveaux marchés. C'est pourquoi je suis très heureux d'annoncer aujourd'hui une nouvelle initiative lancée justement dans ce but. Je veux parler du Centre canadien des affaires à Mexico. Je n'ai pas de doute que ceux d'entre vous qui s'intéressent aux nouveaux débouchés offerts par le Mexique voudront en tirer pleinement avantage. Permettez-moi de vous parler un peu de cette grande initiative.

Le Centre canadien des affaires à Mexico se veut un pied-à-terre pour les Canadiens qui mènent des affaires au Mexique. Il vous aidera à donner une bonne impression à vos partenaires sur un marché clé. Le Centre vous offre des bureaux temporaires, des salles de réunion et de conférence et une trentaine de kiosques pour des salons commerciaux et d'autres expositions. Le Centre vous offre, à des taux compétitifs, des services de téléphone, de télécopieur et d'ordinateur, des services de soutien et de secrétariat, et même des services de traduction et d'interprétation.

Nous savons que les entreprises canadiennes s'attendent à ce que le gouvernement assure le leadership des efforts de promotion du commerce avec le Mexique. Il est certain que nos milieux d'affaires font leur part du travail. Les exportations au Mexique se sont accrues de plus du tiers dans les sept premiers mois de cette année; notre ambassade et nos consulats au Mexique ont reçu plus de 7 000 demandes d'information présentées par des entreprises canadiennes.

Étant donné cet enthousiasme pour le marché mexicain, je ne doute pas que le Centre aidera les entreprises à développer leur intérêt pour ce pays. Je devrais aussi mentionner qu'il s'agit d'un projet pilote qui, s'il est couronné de succès, pourrait être repris sur d'autres marchés clés.

Je vous invite personnellement à visiter le Centre des affaires pour voir comment cette nouvelle installation peut vous faciliter les choses au Mexique.

Nous savons tous que le commerce international est extrêmement important pour notre pays. Le Canada se classe au 37<sup>e</sup> rang des nations pour sa population, mais au 8<sup>e</sup> rang pour son commerce. Pourtant, notre base d'exportation reste trop étroite, et un plus grand nombre de sociétés devraient et pourraient se lancer sur les marchés extérieurs; une plus grande audace leur donnerait plus de succès. Les petites et moyennes entreprises doivent plus particulièrement adopter une mentalité de commercialisation active et se tourner résolument vers le reste du monde.

C'est dans cette optique que le gouvernement s'est engagé à mener un examen détaillé du Service des délégués commerciaux et à introduire les changements nécessaires pour que nous donnions à nos entreprises le soutien dont elles ont besoin, que nous les aidions le plus efficacement possible à l'étranger et que nous utilisions le mieux possible nos ressources limitées.

C'est pourquoi j'ai hâte de voir vos recommandations d'aujourd'hui et celles du Comité parlementaire de l'Examen de la politique étrangère, qui devrait déposer son rapport dans environ un mois.

À l'été, j'ai aussi demandé à "Red" Wilson, ex-délégué commercial et actuellement président de BCE Inc., de rassembler un groupe de gens d'affaires et d'entreprendre ce que nous avons appelé l'Examen de la promotion du commerce international (EPCI). J'ai demandé au groupe d'examiner si notre approche répond aux besoins des milieux d'affaires et comment cette approche de la promotion du commerce international pourrait être modifiée pour refléter la situation actuelle du marché mondial. Je lui ai aussi demandé de suggérer comment le gouvernement pourrait exécuter ses programmes et services avec plus d'efficacité et d'efficacités en tenant compte de ses ressources budgétaires limitées.

Le Comité de l'EPCI a achevé son travail et m'a soumis son rapport vendredi dernier. J'ai pensé que cette conférence serait l'occasion la plus appropriée pour publier ce rapport. Je me fais donc un plaisir d'en mettre des copies à la disposition des intéressés. Il me reste à examiner le rapport plus en détail, à en étudier certaines incidences et à consulter mes collègues du Cabinet, mais je peux vous dire que j'ai été fort intéressé par l'orientation générale de ses recommandations.

Les recommandations du Comité se concentrent sur cinq grands points :

- la focalisation et la structure des activités gouvernementales de promotion du commerce international;
- les programmes et services d'expansion du commerce international;
- le financement des exportations;
- le rapport entre l'aide et le commerce; et
- le Service des délégués commerciaux.

Le Comité recommande plus particulièrement :

- que toutes les activités fédérales et provinciales liées à la promotion du commerce international soient mieux coordonnées;
- que le gouvernement s'intéresse prioritairement aux secteurs de haute technicité et aux marchés régionaux qui recèlent un important potentiel d'exportation;
- que les sociétés devant recevoir une aide à l'exportation soient «filtrées» de façon à ce qu'on puisse mieux servir les sociétés «prêtes à exporter»;
- que la Corporation commerciale canadienne relève directement du ministre du Commerce international;

- que les opérations internationales et les effectifs de promotion du commerce de l'Administration centrale soient rationalisés, les services outremer étant maintenus;
- que le Programme de développement des marchés d'exportation et le programme des foires commerciales soient limités aux petites et moyennes entreprises;
- que la participation du secteur privé à toutes les missions commerciales à l'étranger organisées par le gouvernement soit autofinancée;
- que le financement du Programme de promotion du commerce extérieur du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international soit consolidé;
- que certains fonds concessionnels du Compte du Canada soient remplacés par un accroissement des crédits non concessionnels offerts au titre du Compte;
- qu'une partie de notre budget d'aide publique au développement soit utilisée pour financer l'offre de crédits concessionnels au titre du Compte du Canada;
- qu'un lien plus solide soit établi entre l'aide et le commerce, par exemple en transférant la responsabilité du programme INC de l'ACDI au ministre du Commerce international, en améliorant les critères du programme et en prenant des mesures pour assurer un niveau accru d'activités de suivi pour le compte des fabricants canadiens;
- que le Service des délégués commerciaux renforce sa capacité de s'adapter à l'évolution rapide de l'environnement international, notamment en fournissant une meilleure formation aux agents dans les domaines prioritaires, en accroissant le nombre des échanges à court terme de cadres avec le secteur privé et les institutions financières internationales et en allongeant la durée des affectations.

Selon les calculs du Comité, la mise en application des 20 recommandations du rapport permettrait au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et à l'ensemble de l'appareil gouvernemental de réaliser des économies appréciables.

Le message global du Comité est fort clair : il nous faut mieux focaliser les programmes, rationaliser les opérations et mieux coordonner les activités entre les ministères et organismes fédéraux et provinciaux.

Le processus consultatif qui a produit l'Examen de la promotion du commerce international reflète l'engagement permanent du

gouvernement à axer son service sur la clientèle. Je remercie les membres du Comité pour le temps et les efforts qu'ils ont consacrés à la préparation d'un rapport à la fois pertinent et provoquant.

Ces recommandations seront étudiées attentivement, avec celles de l'Examen de la politique étrangère.

Je prendrai des mesures concrètes pour préparer le Service des délégués commerciaux à son deuxième siècle d'activités. Étant donné les sérieux problèmes budgétaires du gouvernement, il nous faudra faire certains choix difficiles. Mais je voudrais souligner que les réductions de ressources mentionnées dans le rapport sont secondaires par rapport au grand objectif — qui est d'exécuter nos programmes plus efficacement et de mieux répondre aux besoins du secteur privé.

Je vous enjoins de poursuivre cet après-midi vos discussions sur ces questions vitales concernant l'avenir du service des délégués commerciaux. J'attache beaucoup d'importance à vos opinions.

Il convient que les activités de ce Centenaire nous amènent à examiner des questions aussi importantes pour l'avenir du Service des délégués commerciaux. Mais nous ne pouvons pas, et ne devrions pas, vous servir en vase clos. Il faut maintenir un processus interactif.

Nous faisons un effort délibéré pour consulter amplement nos clients. Mais vous devez vous faire entendre plus souvent. Je vous invite à réfléchir à certaines de nos initiatives ainsi qu'aux recommandations de l'Examen de la promotion du commerce international, et à nous faire connaître vos vues.

Dites-nous aussi si nos efforts rapportent. Et ne soyez pas gênés de nous le dire si les choses vont bien. Les hommes et les femmes qui servent les sociétés canadiennes à l'étranger sont de vrais professionnels qui méritent d'être reconnus.

Sur cette note, je voudrais maintenant procéder à la remise des prix aux délégués commerciaux.