



Minister for
International Trade

Ministre du
Commerce extérieur

STATEMENT DISCOURS

VÉRIFIER AU MOMENT DE L'ALLOCATION

86/78

Allocution de
l'honorable Pat Carney,
ministre du Commerce extérieur,
devant le Conseil commercial
Canada-Chine

Hôtel Vancouver, VANCOUVER

Le 12 décembre 1986

Canada

Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs.

Permettez-moi d'abord de remercier le Conseil commercial Canada-Chine pour avoir organisé cet atelier sur le marché chinois et pour m'avoir donné cette possibilité de vous rencontrer tous.

Je voudrais aujourd'hui vous livrer quatre messages. Le premier est que notre stratégie d'élargissement des relations commerciales avec la Chine forme partie intégrante des efforts du gouvernement Mulroney pour améliorer l'économie canadienne et créer plus d'emplois pour les Canadiens. Le deuxième est que nous nous sommes dotés de certains nouveaux outils importants pour vous aider - vous du secteur privé - en Chine. Nous devons maintenant collaborer pour garantir que ces outils sont utilisés le plus efficacement possible. Le troisième est que le marché chinois reste prometteur pour la Colombie-Britannique. Le dernier message est que la Chine est un marché difficile, mais non impénétrable si l'on respecte certains principes de base.

Lorsque mon gouvernement a pris le pouvoir, nous étions déterminés à redresser l'économie canadienne. Comme le Canada est une nation commerçante, nous avons naturellement recherché un élargissement de nos relations extérieures comme le principal moteur de notre économie.

Nous avons donc engagé une série de discussions avec les provinces et le secteur privé et avons établi la "Stratégie nationale du commerce". Cette stratégie est un élément important du plan du gouvernement pour redynamiser l'économie canadienne. Son objectif est de créer plus d'emplois au Canada en améliorant la performance du Canada sur les marchés étrangers. À cette fin, nous prenons des mesures pour renforcer la compétitivité de nos entreprises ainsi que pour élargir et consolider notre accès aux marchés extérieurs.

Dans le cadre de la Stratégie, nous avons déterminé que nous devrions concentrer nos efforts sur les marchés prioritaires. Le premier de ces marchés est évidemment les États-Unis, notre plus important partenaire commercial. Vous connaissez bien notre intention de maintenir et de renforcer l'accès de nos entreprises au marché de notre voisin du sud. La récente recrudescence du protectionnisme aux États-Unis fait qu'il est encore plus important que nous réussissions dans nos efforts avec les États-Unis. C'est là notre toute première priorité.

Les dynamiques économiques de la bordure du Pacifique représentent l'autre grande priorité de notre stratégie commerciale. Le Canada est lui aussi une nation du Pacifique, et nous devons regarder au-delà de cet océan pour assurer notre avenir. En 1985, nos exportations totales vers la région de l'Asie et du Pacifique ont dépassé pour la première fois nos exportations vers les parties Ouest et Est de l'Europe combinées. Cette tendance se maintient en 1986, ce qui fera de la région Asie-Pacifique notre deuxième débouché en importance.

En se concentrant sur la région Asie-Pacifique, le gouvernement veut renforcer cette tendance et en tirer avantage. Ce qui cadre naturellement bien avec mes propres sentiments et mon engagement personnel. Mon ministère et moi-même consacrerons à cette priorité toutes les ressources et tout le temps nécessaires. Je suis récemment revenue d'une visite au Japon, notre principal partenaire en Asie et notre deuxième partenaire en importance dans le monde.

La Chine a également été choisie comme un marché prioritaire dans notre Stratégie nationale du commerce. Pourquoi la Chine? La raison est simple. La Chine est notre cinquième débouché en importance dans le monde. En 1985, nos exportations vers ce pays ont totalisé 1,3 milliard \$. Nos ventes d'articles entièrement ouverts en Chine pendant cette seule année se sont accrues de 500 % pour passer à 150 millions \$. Dans les 9 premiers mois de 1986, bien que nos ventes totales aient légèrement régressé, nos exportations d'articles manufacturés ont continué de s'accroître.

Facteur encore plus important, de tous les pays qui cherchent à se tailler une place sur le marché chinois, le Canada se classe au cinquième rang des fournisseurs de cet énorme pays. C'est un résultat impressionnant, mais nous pouvons faire encore mieux.

Ces derniers mois, mes collègues du Cabinet et moi-même avons travaillé d'arrache-pied pour établir un meilleur cadre et pour fournir de nouveaux outils pour assurer notre succès commercial en Chine. Nos deux gouvernements ont élargi leurs contacts aux plus hauts niveaux. Lorsque le Premier ministre a fait une visite très fructueuse en Chine en mai dernier, les dirigeants chinois lui ont dit que le Canada serait un fournisseur privilégié. Le Premier ministre a ouvert d'importantes portes à plusieurs membres du Conseil commercial Canada-Chine.

J'ai visité la Chine à titre de ministre de l'Énergie, des Mines et des Ressources pour promouvoir la coopération dans les secteurs de l'énergie et des ressources. J'entends y retourner au printemps de 1987 à titre de ministre du Commerce extérieur pour ouvrir de nouvelles portes et pour étendre nos réalisations à d'autres domaines.

Cette année, nous avons accueilli cinq ministres chinois - dont trois se sont fait un point d'honneur d'inclure la Colombie-Britannique dans leur itinéraire. Ces visites sont importantes. Il y a un an, j'avais le plaisir d'accueillir le ministre chinois des Ressources hydrauliques et de l'Énergie électrique, M^{me} Qian (Chan), et de l'amener à Revelstoke. Pendant cette visite, elle a choisi le Canada pour mener l'étude de faisabilité du plus grand projet hydro-électrique au monde - une étude que mène actuellement B.C. Hydro dans le cadre du consortium canadien.

Incidentement, pendant cette visite, M^{me} Qian a fourni certains conseils pour les sociétés canadiennes, que je voudrais vous transmettre. Elle m'a dit:

- que les sociétés canadiennes ne saisissent pas l'énormité du marché chinois des projets énergétiques;
- que les Canadiens ne comprennent pas la férocité de la concurrence internationale qui se livre en Chine;
- que nos sociétés ne pourront vendre en Chine si le gouvernement canadien ne les aide pas à faire équipe pour proposer une approche canadienne concertée.

Elle parlait des grands projets énergétiques - mais peut-être que ses conseils s'appliquent aussi à d'autres secteurs.

Nous avons donc pris un certain nombre de mesures pour encourager cet esprit d'équipe et pour fournir des outils compétitifs. Mon Ministère a ouvert un consulat général à Shanghai et a doublé son personnel commercial à Beijing. Ceux d'entre vous qui ont déjà visité Beijing seront enchantés d'apprendre que la division commerciale a maintenant des locaux neufs et plus vastes. Nous nous attendons à ce que la nouvelle ambassade soit achevée d'ici deux ans.

Mon gouvernement a décidé de fournir un financement concessionnel pour des projets en Chine. Le 21 novembre, je pouvais annoncer que des accords avaient été signés à cette fin avec la Chine. Vous avez eu ce matin des renseignements de la Société pour l'expansion des exportations. Plus de 1 milliard \$ en crédits mixtes sont disponibles par le biais de ce nouveau mécanisme.

Comme le Premier ministre l'a annoncé en Chine, le budget que l'Agence canadienne de développement international consacre à la Chine a été relevé à 200 millions \$ pour les cinq prochaines années. L'ACDI peut maintenant étendre son programme aux domaines du transport et des communications. On a négocié un nouveau programme de coopération pour les techniques innovatrices qui donnera un avantage à nos sociétés dans la soumission de projets chinois prioritaires.

Nous avons conclu une convention de double imposition avec la Chine. Grâce à une action législative rapide, cet accord entrera en vigueur le 1^{er} janvier 1987.

Dans le cadre de la Stratégie nationale du commerce, mon Ministère a financièrement aidé des sociétés canadiennes à mener des études sur des projets en Chine qui pourraient entraîner la création d'emplois au Canada. Certains de ces projets donnent déjà des résultats puisque des contrats ont été signés dans les domaines hydro-électrique et industriel.

Nous avons mis ces outils en place pour rendre le Canada plus compétitif en Chine. Et l'insistance est mise sur la compétitivité. Nos principaux concurrents se sont déjà dotés d'outils similaires. Nous voulons nous assurer que nos sociétés ne sont aucunement désavantagées en Chine.

Tout cela était nécessaire, mais ce n'est pas suffisant. Cela nous assure simplement que la porte de la Chine nous est ouverte autant qu'aux autres. Nous venons au cinquième rang en Chine - et ceux qui sont au cinquième rang doivent essayer de faire mieux.

- En prospectant plus activement le marché
- En présentant les bonnes technologies et les bons produits
- En offrant le meilleur prix et la meilleure qualité

Il y a un autre ingrédient essentiel au succès. C'est que nous devons collaborer étroitement. La Chine voit le Canada comme un seul et même pays. Par la coopération et la coordination, nous pouvons présenter l'offre concertée qui nous garantira le succès et qui nous mettra au quatrième rang ou encore plus près de la tête du peloton en Chine. Il faut qu'il y ait collaboration entre le gouvernement fédéral, les gouvernements provinciaux et le secteur privé. En collaborant, nous pourrions garantir que votre commercialisation, vos produits et votre technologie combinés aux outils que j'ai mentionnés font de vous une équipe gagnante.

Notre gouvernement a voulu s'assurer que la Stratégie nationale du commerce favorise l'esprit d'équipe qui nous permettra d'adopter une approche concertée du marché chinois. Le groupe de travail pour la Chine mis sur pied par mon Ministère est le principal moyen dont nous disposons pour donner suite à l'accent prioritaire que le gouvernement met sur la Chine et pour appliquer toutes les mesures que j'ai mentionnées. C'est pourquoi j'ai confiance que mon Ministère peut collaborer avec vous, en utilisant les ressources et les compétences de tous les ministères du gouvernement, pour constituer une équipe gagnante en Chine.

Y a-t-il quelque chose à gagner? La Chine n'a-t-elle pas réduit ses achats? Quels avantages peuvent en tirer les entreprises de la Colombie-Britannique? La réponse est que les sociétés de l'ouest du Canada ont maintenant en Chine plus de possibilités qu'elles n'en ont jamais eues.

C'est vrai - la Chine n'achète plus d'autos, de réfrigérateurs et de radios. Elle utilise judicieusement ses recettes pour obtenir les techniques et les équipements dont un pays en développement a besoin:

- pour produire des aliments
- pour développer ses ressources naturelles
- pour communiquer
- pour déplacer ses gens et ses produits
- pour produire de l'énergie

La Chine représente globalement un marché potentiel de 40 milliards \$ par année. Ses importations sont fortement concentrées dans les biens d'équipement et dans les produits provenant de ressources pour lesquels le Canada, et la C.-B. en particulier, ont une réputation mondiale. Vous entendrez aujourd'hui parler des succès en Chine de deux entreprises, la Seaboard Lumber et la Cansulex. J'ai déjà mentionné la B.C. Hydro qui, en collaborant avec d'autres

entreprises canadiennes et le gouvernement, s'est taillée une place en Chine. Le Conseil des industries forestières, dans le cadre d'un projet très innovateur, construit actuellement une "maison de ferme modèle" avec un partenaire chinois. Cette maison sera aménagée près de Shanghai pour attirer les fermiers chinois qui connaissent maintenant la prospérité.

Des entreprises de la C.-B., avec notre appui, poursuivent actuellement des projets énergétiques sur le Yangtze, des projets agricoles et forestiers à Shanghai et dans le sud de la Chine, des aménagements portuaires sur la côte du Pacifique, des projets de transport ferroviaire et de transport en commun à Beijing et dans le nord de la Chine, ainsi que des projets miniers dans le nord. Il y a encore plus à faire.

Nous avons récemment eu la meilleure démonstration du besoin que la Chine a des compétences, des techniques et des produits de la Colombie-Britannique. Malgré ses ressources limitées, la Chine a investi 95 millions \$ dans une usine de pâtes et papiers de la Colombie-Britannique. Puisque la Chine comprend l'avantage qu'il y a à travailler avec des entreprises de la Colombie-Britannique, il serait sûrement poli - une caractéristique qui fait à juste titre votre renommée - de montrer le même intérêt pour ses entreprises.

Comment pouvons-nous le faire? Comme je l'ai mentionné, la Chine est un marché difficile, mais pas impénétrable. Les clés de ce marché, à ce que m'ont dit des experts, sont la préparation, l'approche, la persévérance et la patience:

- Préparez bien le terrain. Contactez le Conseil commercial Canada-Chine et mon Ministère. Ne perdez pas de temps et d'argent pour des "missions exploratoires" mal définies.
- Essayez de comprendre à l'avance les relations qui existent entre les organismes chinois qui vous intéressent. Trouvez le centre du pouvoir décisionnel.
- Utilisez tous les contacts que vous pouvez. Les "jumelages" établis aux niveaux des villes et des provinces se sont avérés très utiles.
- Soyez toujours prêts à inclure des capacités et des composants chinois existants dans votre

soumission. La Chine est un énorme pays doté d'importantes compétences techniques qu'il faudrait utiliser.

- Soyez disposés à accepter certains transferts technologiques et une dose de formation. Les Chinois ont hâte de se développer. C'est à nous de les aider.

Vous n'êtes évidemment pas les seuls à avoir ces problèmes. Vous avez sans doute entendu parler des problèmes que rencontrent les sociétés étrangères en Chine. Vous avez entendu dire que, en 1986, pour la première fois depuis que la porte de la Chine s'est ouverte en 1978, le taux de l'investissement étranger en Chine a diminué. Certaines entreprises se sont découragées et se sont retirées. C'est un nouveau phénomène qui préoccupe les dirigeants chinois.

Il y a deux semaines, le sous-ministre chinois des Relations économiques internationales et du Commerce extérieur a visité Ottawa. Il nous a dit que, en Chine, la règle cardinale est "d'abord l'amitié, ensuite le profit".

Nous avons répondu que, au Canada, nous avons la même approche - "d'abord la confiance, ensuite le profit". Le sous-ministre était manifestement sensibilisé à la nécessité de bonnes relations d'affaires puisqu'il nous a ensuite dit que la Chine prend actuellement des mesures pour garantir que toutes les sociétés étrangères qui investissent dans son pays feront un profit. Cela viendra nettement renforcer la compréhension mutuelle.

Voilà comment je vois le potentiel d'élargissement de nos relations commerciales avec la Chine. Mon gouvernement continue de mettre l'insistance sur le commerce avec ce pays. De puissants outils vous sont maintenant offerts. Le marché chinois reste ouvert à ceux qui acceptent de prendre l'engagement de poursuivre un marché fort difficile et qui sont déterminés à utiliser ces outils de la meilleure façon possible. J'aimerais pouvoir un jour dire que les succès des entreprises de la Colombie-Britannique ont placé le Canada au quatrième rang en Chine. En travaillant en équipe, nous pouvons le faire.

Faisons-le.