

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

93/15

SOUS RÉSERVE DE MODIFICATIONS

NOTES POUR UNE ALLOCUTION
DE
L' HONORABLE MICHAEL WILSON,
MINISTRE DE L'INDUSTRIE, DES SCIENCES
ET DE LA TECHNOLOGIE,
ET MINISTRE DU COMMERCE EXTÉRIEUR,
À UNE CONFÉRENCE DE PRESSE
TENUE À WESTON APPAREL, POUR ANNONCER
LA CAMPAGNE SECTORIELLE DU VÊTEMENT MODE

WESTON (Ontario)
Le 26 février 1993

Merci, Paul¹. Bonjour, mesdames et messieurs

Je suis très heureux de me retrouver parmi vous aujourd'hui pour le lancement d'une nouvelle étape cruciale de la Campagne sectorielle du vêtement mode (CSVM).

Nous sommes ici chez l'un des fabricants de vêtements qui connaît le plus de succès au Canada et qui est affilié à l'un de nos plus importants détaillants de vêtements. Weston Apparel et sa société mère, Dylax, démontrent que les Canadiens possèdent les compétences voulues pour soutenir la concurrence mondiale.

Le secteur du vêtement, qui compte plus de 2 000 entreprises produisant tous les types de vêtements, comprend un certain nombre des entrepreneurs les plus prospères et les plus concurrentiels du Canada. Ce secteur a très bien réussi à répondre aux besoins des Canadiens en matière de vêtements. Les exportations vers les États-Unis ont plus que doublé depuis 1988. Grâce à des activités de commercialisation dynamiques et adroitement ciblées, le secteur des complets pour hommes, notamment, a été si efficace que le Canada se retrouve maintenant en tête de tous les autres pays, sauf l'Italie, pour ce qui est des exportations de complets pour hommes vers les États-Unis. Toutefois, cet exploit ne garantit aucunement que notre pays pourra se maintenir en tête, étant donné l'évolution rapide des conditions du marché. L'industrie a reconnu qu'elle fait face à un certain nombre de défis stratégiques et elle réagit.

Le gouvernement du Canada et l'industrie du vêtement lancent aujourd'hui une campagne sectorielle afin d'aider ce secteur à se retrouver gagnant dans un marché international plus concurrentiel et plus intégré. L'industrie a eu l'initiative de prendre des mesures pour s'adapter. Les créateurs de mode, les fabricants et les distributeurs canadiens, qui élaborent la Campagne sectorielle du vêtement mode et y participent, reconnaissent qu'il existe des préoccupations stratégiques que l'ensemble de l'industrie doit examiner.

La structure de cette campagne et l'engagement de l'industrie à l'égard de sa mise en oeuvre est tout à l'honneur du leadership de cette dernière, en général, et de l'Institut canadien des manufacturiers du vêtement, en particulier. Ils ont cerné des secteurs où l'industrie, dans son ensemble, devait jouer un rôle beaucoup plus évident et ont présenté une proposition à Industrie, Sciences et Technologie (ISTC) Canada.

Il en est résulté une campagne à deux volets : premièrement, l'établissement de la première association pan-canadienne

¹ Paul Mancini, président de Weston Apparel, présentera le ministre et les représentants de l'industrie, puis laissera la parole au ministre.

représentant l'ensemble de l'industrie, la Fédération canadienne du vêtement (FCV). Deuxièmement, un programme de liens inter-entreprises visant à accroître la collaboration entre les sociétés. Et le gouvernement et l'industrie contribueront à ces programmes. C'est avec plaisir que je vous annonce aujourd'hui que le gouvernement fédéral a engagé 6,7 millions de dollars pour la campagne au cours des quatre prochaines années. L'industrie versera le même montant et déploiera beaucoup d'efforts pour mettre en oeuvre ces initiatives.

La création de la Fédération canadienne du vêtement contribuera à positionner l'industrie de façon à ce qu'elle puisse saisir les possibilités offertes par un marché plus ouvert et plus vaste. Le gouvernement est heureux d'être en mesure de fournir les fonds de démarrage nécessaires pour créer cette nouvelle organisation. La FCV recevra 4,3 millions de dollars pour l'établissement de services communs qui s'autofinanceront éventuellement. La Fédération s'efforcera d'améliorer les renseignements sur l'industrie, la qualité, la formation et le perfectionnement de la main-d'oeuvre. En outre, elle a un rôle à jouer dans la mise au point d'un plus grand nombre de produits et services à valeur ajoutée en intégrant nos entrepreneurs indépendants pour qu'ils deviennent des collaborateurs plus efficaces à notre réussite.

L'autre volet de la campagne est le programme de liens inter-entreprises, qui sera coordonné par ISTC. Il vise à aider l'industrie à améliorer ses efforts de collaboration pour hausser la qualité, accroître sa présence sur le marché et développer des débouchés sur des marchés nouveaux. Aux termes de ce programme, 800 000 \$ seront versés au cours de chacune des trois prochaines années pour des projets pilotes qui visent à démontrer comment de petites entreprises canadiennes indépendantes peuvent collaborer pour se tailler leur part face à des concurrents internationaux intégrés et plus gros, tant au Canada comme à l'étranger.

Au cours des trois prochaines années, le programme de liens inter-entreprises proposera différents modes de collaboration auxquels les fournisseurs, les créateurs de mode, les fabricants, les distributeurs et les détaillants de toutes les régions du pays pourront recourir afin d'accroître leur compétitivité.

Aux États-Unis et en Europe, les acheteurs commencent à reconnaître une certaine «allure» canadienne. Le *Toronto Designer Fashion Show*, tenu plus tôt ce mois-ci, a permis de mettre en valeur quelques-uns des artisans de cette «allure» qui constitue, pour les Canadiens, un précieux atout sur lequel ils doivent miser afin que leurs produits se distinguent au pays et à l'étranger. Ils ne tireront pleinement profit de cet avantage qu'en resserrant la collaboration entre les créateurs de mode, les fournisseurs, les fabricants et les distributeurs indépendants. Telle est précisément la raison d'être du programme de liens inter-entreprises. Les rapports qui unissent

Weston Apparel et TipTop Tailors pourraient servir de modèle pour le genre de collaboration que le programme vise à promouvoir.

De nombreux autres types de projets pourraient être réalisés dans le cadre du programme de liens inter-entreprises afin d'aider l'industrie à atteindre ses objectifs. Ainsi, en jouant un rôle de catalyseur dans l'élaboration de normes de qualité et d'entretien pour l'ensemble de l'industrie, le programme pourrait contribuer à l'amélioration des relations entre les responsables de l'industrie et les consommateurs. Il serait aussi possible de sensibiliser les membres du secteur du vêtement mode aux avantages de l'Échange de données informatisées (EDI), qui révolutionne déjà d'autres industries. En plus d'une collaboration plus efficace, la conception et la commercialisation conjointes de tissus créés au Canada et reconnaissables comme tels pourraient être envisagées. Enfin, le programme pourrait aider des créateurs, des fabricants et des détaillants indépendants à mettre au point des gammes de produits harmonisés et complémentaires répondant aux attentes globales des consommateurs américains et européens.

Aux yeux du gouvernement du Canada, le financement de la campagne sectorielle constitue un investissement stratégique dans un secteur possédant une excellence capacité concurrentielle. L'objectif visé est d'aider ce secteur à s'adapter à un marché plus vaste et plus compétitif et, du même coup, à devenir encore plus prospère. La contribution versée par le gouvernement fédéral à la Campagne sectorielle du vêtement mode constitue l'une des mesures auxquelles nous avons recours pour donner suite à notre engagement, formulé dans l'Exposé économique de décembre dernier, d'investir dans les partenariats afin d'accroître la compétitivité de l'industrie canadienne.

Comme bon nombre d'entre vous le savez déjà, le gouvernement fédéral a lancé l'Initiative de la prospérité il y a maintenant près de 18 mois et demandé à un comité directeur composé de membres du secteur privé, de parvenir à un consensus sur les mesures à prendre pour relever les défis posés par l'existence d'un marché mondial où la concurrence est de plus en plus forte. Le Plan d'action qui en a résulté fait état de mesures visant à accroître la compétitivité du Canada et faisant appel à la technologie et à l'innovation. On y retrouve des recommandations destinées à améliorer l'efficacité de l'éducation et de la formation. Le Plan propose aussi diverses mesures permettant à tous les Canadiens de participer pleinement à la vie économique du pays.

Je suis frappé par l'étroite similitude entre les objectifs de la campagne sectorielle élaborée par les membres de votre industrie

et bon nombre des recommandations du Plan d'action pour la prospérité du Canada. L'importance que vous attachez à la formation, à l'innovation, à la collaboration entre les entreprises de même qu'entre les patrons et les travailleurs, le développement de nouveaux marchés et le renforcement du rôle des associations commerciales, en témoignent de façon éloquente. Votre industrie trace à de nombreux autres secteurs de l'économie canadienne la voie à suivre pour assurer le maintien de la prospérité nationale.

Mesdames et messieurs, c'est maintenant avec joie que j'officialise le lancement de cette importante campagne sectorielle.

(Le ministre se rend à la table pour signer la lettre d'offre.)