

Statement

Minister for  
International  
Trade



Discours

Ministre du  
Commerce  
extérieur

89/21

SOUS RÉSERVE DE MODIFICATIONS

NOTES POUR UNE ALLOCUTION

PAR LE MINISTRE DU COMMERCE EXTÉRIEUR

JOHN C. CROSBIE

À INTERACTION 89

MONCTON (NOUVEAU-BRUNSWICK)

Le 16 mai 1989

Mesdames et Messieurs,

Il me fait grand plaisir de pouvoir me joindre au Premier ministre McKenna pour inaugurer Interaction 89, cette excellente foire-conférence sur le commerce extérieur parrainée par le gouvernement du Nouveau-Brunswick au nom des Premiers ministres de l'Est du Canada et des Gouverneurs de la Nouvelle Angleterre.

Au cours de l'année qui vient de s'écouler, nous avons entendu beaucoup parler des coûts et des avantages de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis.

Permettez-moi de suggérer qu'Interaction 89 nous en apprend plus que tous ces mots.

Cette foire commerciale est réelle, contrairement aux craintes exprimées de nous voir perdre nos pensions et nos soins de santé. Elle nous montre ce qu'est vraiment le libre-échange: c'est tout simplement des entreprises canadiennes qui créent des emplois en vendant leurs biens et leurs services sur un marché élargi. Cela n'a rien d'épouvantable. Ce n'est pas non plus un acte de foi aveugle. C'est ce que les Canadiens ont commencé à faire il y a des siècles, bien avant la Confédération.

Comme vous le savez, j'appuie depuis longtemps la libéralisation des échanges entre les deux grandes nations de l'Amérique du Nord. Et la raison de mon appui est fort simple.

La libéralisation du commerce est dans notre intérêt national parce qu'elle nous rend davantage capables de créer des entreprises concurrentielles. Et cette libéralisation est dans l'intérêt de nos provinces de l'Atlantique.

J'ai même absolument confiance que, dans vingt-cinq ans, les gens des provinces atlantiques reconnaîtront que l'Accord de libre-échange a été la plus importante initiative jamais prise pour promouvoir le développement de notre région.

C'est d'ailleurs exactement ce que les gens de l'Ontario pensent du Pacte de l'automobile, vingt ans après sa signature.

Je dis cela pour un certain nombre de raisons. Permettez-moi d'en mentionner seulement quatre.

Premièrement, je crois que les dispositions de l'Accord sur l'énergie aideront à promouvoir la mise en valeur de nos ressources en hydro-électricité et en hydrocarbures - par des mégaprojets comme la phase II de la Baie James et le projet Hibernia qui, en plus de nous rapporter des recettes d'exportation, donneront de multiples possibilités d'affaires au grand nombre de petites entreprises créées pour

comblent les besoins de ces grandes entreprises.

Deuxièmement, la libéralisation des pratiques de passation des marchés publics créera d'importants débouchés pour les entrepreneurs audacieux.

Troisièmement, l'élimination des droits de douane sur les produits à valeur ajoutée élimine un obstacle posé il y a un siècle à la transformation plus poussée des ressources de l'Est du Canada avant leur exportation - et c'est sûrement par cette production à valeur ajoutée que nous maintiendrons notre niveau de vie. Loin de nous condamner à être des coupeurs de bois et des porteurs d'eau, le libre-échange nous ouvre la possibilité de valoriser notre production.

Quatrièmement, et c'est peut-être le point le plus important, je suis convaincu que l'Accord de libre-échange est psychologiquement un point tournant pour les Canadiens de l'Atlantique - un catalyseur du changement qui s'impose dans les mentalités et les perspectives.

Parce que nous ne serons plus forcés d'aller chercher nos clients à des centaines, voire à des milliers de milles de distance, soit dans nos provinces du Centre, nous pourrons à nouveau commercer avec nos clients et fournisseurs naturels des États de la Nouvelle-Angleterre. C'est d'ailleurs ce que fait depuis longtemps l'Ontario pour son vaste commerce avec les États de la région des Grands lacs - New York, Ohio, Michigan, Pennsylvanie et Illinois.

L'Accord de libre-échange renforce donc notre compétitivité;

Et il accroît nos possibilités de commerce;

Mais il me semble que les capacités et les possibilités restent sans valeur si nous n'avons pas la volonté de mettre nos capacités à l'épreuve et le désir de saisir les possibilités qui se présentent.

Et c'est là qu'entrent en jeu des activités comme Interaction 89.

Cette foire commerciale s'inscrit dans le cadre d'un effort permanent et plus vaste pour collaborer avec les provinces afin d'aider les entreprises canadiennes - surtout les plus petites - à créer et à saisir de nouveaux débouchés.

Notre plan d'action pour la promotion du commerce couvre une large gamme d'initiatives que, nous l'espérons, vous explorerez et exploiterez à votre avantage. Je mentionnerai seulement cinq de ces initiatives qui pourraient vous intéresser.

Un premier élément du plan est d'intensifier notre participation à des foires commerciales comme Interaction 89 - d'aider nos exportateurs à participer aux foires commerciales américaines et d'amener d'éventuels clients américains à visiter les nôtres. Notre objectif central est de garantir que chaque PME prête pour l'exportation a le même accès à nos programmes qui visent le marché américain. Et je suis heureux de dire que nous prévoyons que 95% des participants de cette année seront des PME, que 60% seront des nouveaux participants et que 10% feront leurs débuts dans l'exportation.

Un deuxième élément de notre plan sera les missions d'acheteurs - voyages que font nos exportateurs pour visiter des clients américains potentiels: entrepreneurs de production de matériel de défense, organismes gouvernementaux d'achats, régies de transport urbain, etc.

Un troisième élément comprendra les études de marché et les séminaires sur des questions spécifiques. Par exemple, certains participants à Interaction 89 pourraient être intéressés par notre étude sur les débouchés que le marché de la Nouvelle-Angleterre offre à notre matériel d'épuration des eaux. C'est le genre d'informations dont vous avez besoin pour identifier des clients potentiels.

Une quatrième initiative consistera à élargir notre programme NEEF - Nouveaux exportateurs aux États frontaliers. Dans le cadre de ce programme, qui connaît un grand succès, nous emmenons des groupes de 20 à 25 représentants de petites entreprises pour les familiariser avec toutes les étapes de l'exportation et démystifier ainsi le processus. Pour cette année, nous visons 55 missions et quelque 2 000 participants.

Et cinquièmement, nous entendons accroître la pénétration des exportations canadiennes dans toutes les régions des États-Unis - non seulement sur les marchés des États limitrophes. Nous avons créé le programme Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud - ou programme NEXUS - et nous croyons que nos efforts de promotion des exportations seront facilités par l'implantation de nouveaux bureaux commerciaux dans le Sud des États-Unis.

En fait, l'an prochain, nous aurons 27 bureaux commerciaux sur le territoire américain.

Ce ne sont que cinq des initiatives que nous prenons pour saisir les débouchés offerts par la libéralisation du commerce; des initiatives commerciales qui entraîneront un investissement de 20 millions \$ pour cette année seulement

et qui supposeront la promotion de la vente de biens et de services, de l'investissement et du tourisme; des initiatives qui permettront à nos exportateurs de participer à quelque 400 activités dans 72 secteurs industriels; des initiatives qui, nous l'espérons, généreront pour environ 1,5 milliard \$ en ventes supplémentaires pendant la présente année financière - 150 \$ en recettes d'exportation pour chaque dollar d'impôt investi, ce qui est certainement un fort bon taux de rendement.

Nous essayons de créer un programme d'initiatives pratiques et concrètes qui sont adaptées à vos besoins et dont le suivi garantira que chaque dollar investi rapporte des dividendes à l'économie canadienne.

Nous allons collaborer avec les associations industrielles pour optimiser l'effet de notre investissement et pour élargir notre clientèle-cible, c'est-à-dire vous.

En résumé, notre objectif est de garantir que vous êtes bien placés et bien appuyés pour optimiser les chances qui s'offrent et qu'il suffit de saisir.

Cette exposition commerciale est un bon départ. Le degré de coopération et de communauté d'intérêts entre l'Est du Canada et les États de la Nouvelle-Angleterre - si manifeste lorsque les gouverneurs et les premiers ministres se rencontrent - augure bien pour l'avenir. Je vous invite donc tous à poursuivre votre dialogue avec le gouvernement, à nous demander comment nous pouvons vous aider de sorte que nous puissions travailler ensemble - gouvernement fédéral, gouvernement provincial et secteur privé - pour que l'Accord de libre-échange avantage nos provinces de l'Atlantique.

Et lorsque nous le ferons, nous serons en mesure de déborder l'Amérique du Nord et de nous lancer à l'assaut des mégamarchés de l'Europe et de l'Asie.

Comme vous le savez, la Communauté européenne vise l'achèvement de son marché intérieur d'ici à 1992.

Notre stratégie pour 1992 est assez simple:

- . Nous procédons à une étude détaillée de l'incidence de l'Europe 1992: des groupes de travail ont déjà été formés au sein du gouvernement et trois grandes études ont été commandées.
- . Nous prévoyons continuer d'utiliser le GATT comme principal mécanisme de nos discussions avec la Communauté européenne, reconnaissant que les ré-

formes entraînées par l'objectif 1992 affecteront sensiblement les politiques de commerce extérieur de la Communauté.

- . Nous encouragerons les investissements dans les deux sens et nous favoriserons le développement d'alliances stratégiques entre firmes canadiennes et européennes.
- . Et nous voulons aider nos gens d'affaires à mieux comprendre les particularités des divers marchés de l'Europe.

Parce que, comme nous le savons tous, indépendamment de ce qui se passera en 1992, les Italiens, les Britanniques et les Français garderont toujours leur unicité, tout comme les Terre-neuviens et les Texans resteront toujours différents, qu'il y ait ou non libre-échange.

Nous nous efforcerons en même temps de forger des liens avec les pays de la bordure du Pacifique aux plans du commerce et de l'investissement.

En l'an 2000, l'Asie devrait compter pour 60 pour cent de la population, 50 pour cent de la production et 40 pour cent de la consommation mondiales. Certains croient qu'au 21<sup>e</sup> siècle, le commerce transpacifique pourrait atteindre 500 milliards de dollars.

Il est manifestement essentiel que nous renforçons notre présence au Japon et que nous saisissons les possibilités que nous offre cette dynamique région du monde.

C'est pourquoi nous veillerons à:

- . améliorer les connaissances linguistiques et culturelles de nos gens d'affaires de sorte qu'ils puissent traiter plus efficacement avec le Japon, la Chine et les autres nations de l'Asie;
- . mieux appuyer les efforts de pénétration des marchés;
- . encourager la coopération scientifique et technologique; et
- . promouvoir les intérêts canadiens en redynamisant notre programme de communications et nos échanges culturels.

C'est ce que nous devons faire. Et c'est ce que nous allons faire.

Notre grande stratégie commerciale reposera donc:

- . sur les trois pôles de la Stratégie que sont les méga-économies de l'Amérique du Nord, de l'Europe et de l'Asie;
- . sur le GATT, comme porte d'accès aux débouchés offerts dans les trois méga-marchés; et
- . sur l'Accord de libre-échange, comme clé nous permettant de saisir ces débouchés.

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

Certains se demandent peut-être pourquoi j'ai parlé de notre stratégie commerciale globale à cette Conférence axée sur le commerce canado-américain.

Je l'ai fait intentionnellement, et pour montrer que l'Accord de libre-échange ne marque pas la fin de nos efforts. Ce n'est qu'un autre pas logique.

Notre objectif ultime n'est pas d'encourager les nouveaux exportateurs à vendre en Nouvelle-Angleterre ou les exportateurs expérimentés à mieux percer le marché américain, cela parce que le marché américain n'est qu'une porte d'accès au monde. Et notre objectif ultime doit être de développer une culture commerciale extravertie dans laquelle les connaissances et les compétences des Canadiens correspondent à l'importance qu'occupe le commerce international dans notre économie. Un pays qui a le monde pour horizon.

Nous savons tous que le voyage le plus long commence avec le premier pas.

Le libre-échange avec les États-Unis n'est qu'une étape de notre stratégie globale. Et Interaction 89 est une étape dans nos efforts pour garantir que l'Accord de libre-échange avantage nos régions de l'Atlantique.

J'espère que vous trouverez cette foire commerciale utile et profitable; et je vous souhaite à tous le meilleur succès dans vos futures activités.

Je vous remercie.