

STATEMENT DISCOURS

SECRETARY
OF STATE
FOR EXTERNAL
AFFAIRS.

SECRÉTAIRE
D'ÉTAT AUX
AFFAIRES
EXTÉRIEURES.



87/52

Allocution du
très honorable Joe Clark,
secrétaire d'État aux
Affaires extérieures

L'INAUGURATION DU MOIS
CANADIEN DE L'EXPORTATION

OTTAWA

Le 1er octobre 1987

C'est pour moi un grand plaisir de me joindre à vous aujourd'hui pour lancer le Mois canadien de l'Exportation. Les derniers mois et, en particulier, cette dernière semaine ont été extrêmement mouvementés. Il ne faut pas s'en étonner, car il est évident pour tous que le gouvernement attache la plus haute priorité au commerce.

Le mois d'octobre est officiellement le Mois canadien de l'Exportation. Je voudrais cependant que vous compreniez l'importance que revêtent les exportations et le commerce, chaque mois de l'année, pour vous et pour notre gouvernement. Le commerce représente en effet des emplois et les emplois sont notre priorité numéro un.

Le Mois canadien de l'Exportation est un programme mené en collaboration. Il fait intervenir des gens d'affaires, des éducateurs et les fonctionnaires chargés du commerce dans divers ministères et organismes des gouvernements fédéral et provinciaux. Cette coopération démontre que l'on reconnaît de plus en plus, au Canada, que notre prospérité future dépend d'une meilleure performance au chapitre des exportations.

Il y a deux réalités que le Canada ne peut méconnaître.

La première est que nous sommes davantage tributaires du commerce extérieur que la plupart des pays -- plus que le Japon; plus que la Grande-Bretagne; plus que la France; plus que les États-Unis. Au Canada, un emploi sur trois dépend du commerce.

La seconde est que le commerce international devient de plus en plus difficile -- à la fois parce que les autres pays deviennent plus compétitifs, et parce qu'il y a une nouvelle fièvre de protectionnisme, particulièrement aux États-Unis.

Ce sont là de dures réalités, mais nous devons y faire face, sinon ce sera l'échec sur le plan national. Tout ce que nous voulons faire au Canada dépend de la croissance économique, qui elle-même dépend d'un plus grand volume d'affaires et de règles commerciales plus équitables.

C'est pourquoi nous avons lancé la Stratégie nationale du commerce, en étroite collaboration avec les exportateurs et les provinces. C'est pourquoi, il y a un an, je suis allé à Punta del Este, en Uruguay, pour diriger la délégation canadienne à l'occasion du lancement de la nouvelle Ronde Uruguay de négociations commerciales multilatérales.

Et c'est pourquoi, il y a deux ans, le Premier ministre Mulroney a lancé d'importantes négociations avec notre plus grand partenaire commercial, les États-Unis.

Certains Canadiens, qui n'aiment tout simplement pas les Américains, se sont opposés à ces négociations. D'autres avaient peur que nous perdions au change, ou que nous soyons dépouillés d'une partie de notre identité.

D'autres encore avaient des intérêts spéciaux à protéger, comme le Pacte de l'automobile. Une bonne partie du débat au Canada a tourné autour de ces craintes, mais il s'agissait de faux problèmes. Par exemple, il n'a jamais été question de renégocier le Pacte de l'automobile et le Premier ministre a fait ressortir clairement que les négociations ne toucheraient ni ne limiteraient notre souveraineté politique, notre système de programmes sociaux, notre détermination de combattre les disparités régionales, notre identité culturelle unique, ou notre caractère linguistique particulier.

Le véritable problème était double: --
pouvons-nous arriver à un accord, au Canada, entre les gouvernements et les industries touchées?; et pouvons-nous parvenir à un accord avec les États-Unis sur d'importantes réductions des barrières commerciales, qui seraient véritables et seraient respectées?

Nous avons obtenu l'accord au Canada. Jamais auparavant un gouvernement national n'était allé aussi loin en amenant les provinces et l'industrie au coeur des négociations commerciales.

Le Premier ministre s'est réuni sept fois avec tous les premiers ministres des provinces, parfois durant des heures, afin que le Canada soit uni et que toutes les régions soient prises en compte.

Les consultations avec l'industrie, les consommateurs, les agriculteurs et autres ont été aussi intenses. Ce fut un exemple typique de la manière dont les diverses composantes du pays peuvent être amenées à travailler ensemble. L'histoire montrera l'ampleur et le sérieux des consultations et des préparatifs du Canada. Le problème ne vient donc pas du Canada.

Ces dernières semaines, il est devenu évident, d'après les propositions avancées par les Américains, qu'aucun progrès n'était fait pour résoudre certaines des grandes questions fondamentales. Les négociations étaient

dans une impasse. C'est pourquoi le négociateur en chef, M. Simon Reisman, est rentré à Ottawa mercredi dernier pour faire rapport au Premier ministre et au Cabinet.

Le gouvernement a alors décidé de suspendre les négociations. Nous poursuivons cependant les discussions, au niveau politique, pour voir s'il existe une base suffisante pour reprendre les négociations.

Au cours de la séance de négociations la semaine dernière, les Américains n'ont pas répondu à notre exigence concernant un processus objectif, impartial et définitif de règlement des différends.

Ils ont en outre déposé, en ce qui concerne le développement régional et l'aide culturelle, des propositions qui étaient inacceptables pour le gouvernement canadien.

Depuis, les choses ont un peu bougé en ce qui concerne le principe d'un tribunal qui résoudrait les différends de manière équitable. Mais un tribunal doit fonctionner d'après des règles convenues. Jusqu'ici, il n'y a pas eu entente sur ces règles et, par conséquent, aucun accord sur un système acceptable.

Il incombe maintenant aux Américains de répondre sérieusement aux préoccupations fondamentales que nous avons exprimées. S'ils le font, les négociations peuvent reprendre. Mais l'échéance approche.

Le Canada a tout à gagner d'un accord commercial global avec les États-Unis. Mais si un accord valable ne peut être réalisé, nous dirons NON.

Nous pouvons refuser une entente commerciale inacceptable, mais nous ne pouvons pas ne pas tenir compte du monde véritable dans lequel le Canada doit livrer concurrence avec succès s'il veut croître et prospérer. Et les États-Unis ne peuvent, eux non plus, tourner le dos très longtemps à cette réalité.

Ce qui est mis à l'épreuve maintenant, ce n'est pas seulement l'engagement pris par l'Administration Reagan de faire du commerce avec le Canada, mais aussi le sérieux de son engagement envers un commerce plus ouvert dans le monde en général.

Le marché mondial est d'une ampleur et d'une variété stupéfiantes. Les technologies nouvelles et d'autres progrès le rendent encore plus vaste et plus varié chaque jour. Les possibilités ne s'en trouvent donc que plus nombreuses.

Pour exploiter ces possibilités toutefois, nous devons faire preuve d'un grand dynamisme. Nous devons être à l'affût des développements qui créent les occasions. Par-dessus tout, nous devons être compétitifs, par les prix, par la qualité, par la diversité des produits et des services que nous offrons.

C'est dans cet esprit que nous abordons le Mois canadien de l'Exportation. Mes collègues, tant du gouvernement fédéral que des provinces, s'adresseront à des groupes de gens d'affaires partout au pays. Il y aura plus de 250 manifestations: séminaires et ateliers, expositions commerciales, missions de l'étranger et missions à l'extérieur, déjeuners aux clubs de services, avec allocutions sur les thèmes de l'exportation, et d'autres encore. Ce sont là des tentatives pour répandre la bonne nouvelle. Elles visent toutes à surmonter ce qui fait obstacle, du point de vue psychologique et de l'information, à la réalisation du potentiel d'exportation du Canada, et elles sont conçues pour favoriser l'émergence d'une mentalité d'exportateur.

Au pays, dans l'administration gouvernementale et au ministère des Affaires extérieures, nous cherchons à mettre en valeur le commerce par diverses activités.

Aujourd'hui, M. John McDerimid, secrétaire parlementaire de Mme Carney, est à Vancouver pour lancer un livre destiné aux écoles, CANADA: NOTRE PLACE DANS LE MONDE, qui vise à intéresser les étudiants au commerce international.

Au Québec, M. Pierre MacDonald lance le Mois canadien de l'Exportation à Montréal. M. Larry Shabin fait de même en Alberta. L'esprit de coopération entre le fédéral et les provinces est au service de l'expansion du commerce.

Lundi prochain, le 5 octobre, le Premier ministre et Mme Carney assisteront à la réunion annuelle de l'Association des exportateurs canadiens, et des prix d'excellence à l'exportation seront présentés à douze exportateurs éminents. Je suis fier de dire que les sociétés canadiennes peuvent faire face à la concurrence internationale et en sortir vainqueurs.

Depuis 1984, la performance commerciale du Canada s'est améliorée constamment malgré une concurrence internationale intense, un protectionnisme croissant, des prix trop bas des commodités, et des marchés mondiaux léthargiques.

La performance des exportations est fonction de la compétitivité de notre économie. Des observateurs internationaux objectifs comme le Forum européen de gestion ont classé le Canada au 11^e rang parmi les économies de l'OCDE du point de vue de la compétitivité globale en 1984; ils ont suivi nos progrès et nous ont classés 7^e en 1985 et 6^e en 1986.

Cette amélioration ne s'est pas produite de façon accidentelle. Beaucoup de mesures prises par le gouvernement, dont l'établissement d'un climat plus attrayant pour les investissements grâce à la création d'Investissement Canada, ont donné à entendre que le Canada est ouvert à ceux qui veulent y mener des affaires.

Les exportations de produits manufacturés ont augmenté de 16 % au cours de la période 1984-1986 et représentent maintenant la moitié de nos exportations totales. La part canadienne du commerce mondial est passée de 3 % en 1980 à plus de 4,2 % en 1986, malgré une forte chute des prix d'exportations clés liées aux ressources naturelles.

En 1986, les investissements étrangers directs au Canada se sont élevés à quelque 6,8 milliards \$, un record.

Dès le premier jour de son mandat, le gouvernement actuel a reconnu la relation qui existe entre la réussite des exportateurs canadiens et la santé économique de la nation. Les exportations sont synonymes d'emplois.

Dans le document intitulé "Un programme de renouveau économique" - manifeste en faveur du redressement économique, publié par le gouvernement en novembre 1985 - le ministre des Finances, M. Michael Wilson, a pris note du recul subi au cours des 16 dernières années par le Canada, qui ne vient plus qu'au huitième rang, après avoir été la quatrième nation commercante du monde. Le gouvernement a pris des mesures immédiates pour arrêter cette glissade.

Moins de six mois après avoir assumé le pouvoir, le gouvernement, en collaboration avec les gouvernements provinciaux, avait établi un consensus sur les grandes lignes d'une Stratégie nationale du commerce, que les premiers ministres ont approuvée en février 1985 et qui demandait:

- une amélioration de la compétitivité du Canada
- un accès élargi aux marchés étrangers
- un renforcement du marketing international du Canada.

Le gouvernement a agi sur ces trois fronts. Des mesures ont été prises afin de regagner la confiance des investisseurs étrangers et de stimuler l'emploi de technologies nouvelles par l'industrie canadienne. Le gouvernement a poursuivi énergiquement une approche à double volet pour essayer d'obtenir un accès plus libre aux marchés étrangers pour l'industrie canadienne -- au moyen des négociations commerciales canado-américaines et, dans le cadre de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, au moyen des négociations commerciales multilatérales.

Depuis 1984, le gouvernement consacre ses efforts et ses ressources à aider les entreprises canadiennes à exporter et à assurer des emplois aux travailleurs canadiens.

Un effort sérieux a été fait pour maintenir et renforcer l'accès au marché américain grâce aux négociations bilatérales. Nous avons tout mis en oeuvre pour réussir. Nous essayons encore. Il y a eu des phases difficiles; nous en connaissons une actuellement. Et pourtant des avantages à long terme peuvent encore découler de la crise actuelle.

Qu'il y ait ou non accord, le Canada fera toujours du commerce avec les États-Unis dans une plus grande mesure qu'avec toute autre nation. Le gouvernement continuera de fournir aux exportateurs canadiens toute l'aide possible pour qu'ils maintiennent et élargissent leurs ventes d'exportation aux États-Unis. S'il n'y a pas d'accord et si l'environnement commercial devient plus hostile, nous devons redoubler d'efforts.

Et pourtant, le commerce avec les États-Unis n'est pas la seule partie qui se joue.

Le gouvernement a joué un rôle crucial en assurant un appui international à une autre série de négociations commerciales multilatérales. Il y a deux ans, on n'y voyait généralement qu'une possibilité éloignée; aujourd'hui, l'avant-garde de notre équipe de négociation est à l'oeuvre à Genève.

Nous menons également de nombreuses initiatives bilatérales pour améliorer notre accès aux principaux marchés du monde. Ainsi, nous avons élaboré, à l'égard du Japon, de la Chine et de l'Europe, des stratégies très ponctuelles, axées par exemple sur les moyens de promouvoir l'emploi du bois de construction pour les logements au Japon et les systèmes énergétiques destinés à la Chine.

Des initiatives ont été prises afin d'assurer une constante amélioration de notre compétitivité. Des conseillers en investissements, détachés du secteur privé auprès des Affaires extérieures, ont été affectés dans des missions clés à l'étranger afin de conseiller et d'encourager les investisseurs étrangers éventuels. Des agents de développement de la technologie ont été recrutés pour aider les sociétés canadiennes à choisir et adopter des technologies étrangères, et le Programme d'apports technologiques a été créé afin d'aider les entreprises à assumer les coûts de ces activités.

Le gouvernement a en outre déployé d'importants efforts au plan du marketing international. Dans le cadre de la Stratégie nationale du commerce, l'accent est mis tout particulièrement sur des marchés clés de l'Asie et du Pacifique, de même que sur les États-Unis. Une somme d'environ 70 millions \$ sur une période de cinq ans a été détournée des programmes non commerciaux des Affaires extérieures pour soutenir cet effort spécial de promotion du commerce. Environ 45 % des ressources et du personnel des Affaires extérieures sont maintenant consacrés à la promotion commerciale, au tourisme et aux affaires économiques.

En cette époque de restrictions gouvernementales, nous avons ouvert de nouveaux bureaux commerciaux à Bombay, en Inde; à Shanghai, en Chine; à Osaka, au Japon; à Auckland, en Nouvelle-Zélande; à Lyon, en France; et à Saint-Louis, Cincinnati, Pittsburg, Orlando et Santa Clara au États-Unis. Le nombre d'agents de commerce à Beijing a doublé en réponse aux besoins des milieux d'affaires.

La revue britannique "Business" comparait récemment les programmes et les services que les gouvernements des 19 pays de l'OCDE offraient aux exportateurs: le Canada venait au troisième rang (après l'Autriche et la France).

Les délégués commerciaux du Canada à l'étranger (au nombre de plus de 400 dans 94 pays) constituent le pilier des services gouvernementaux de promotion des exportations et sont très appréciés par les milieux d'affaires. En 1986, ces agents ont aidé plus de 31 000 gens d'affaires canadiens en visite (en comparaison de 18 000 il y a dix ans), ils ont répondu à 137 000 demandes de renseignements émanant d'exportateurs canadiens et ont signalé plus de 103 000 possibilités d'exportation à d'éventuels fournisseurs canadiens (soit trois fois le niveau d'activité d'il y a dix ans).

Une série de systèmes électroniques ont été mis en place pour accélérer le processus de la mise en contact des acheteurs et des vendeurs.

Par exemple, le ministère des Affaires extérieures a investi dans des systèmes d'information de gestion comme WIN Exports, répertoire informatisé d'exportateurs qui permet de repérer les fournisseurs canadiens de biens et services.

Le ministère des Affaires extérieures a aussi élaboré un Système informatisé de planification et de suivi pour la promotion des exportations et des investissements qui réunit des données sur les débouchés commerciaux dans l'ensemble du monde. Cette base de données permet au Ministère de consulter les autres ministères gouvernementaux, les organismes provinciaux et les associations commerciales du secteur privé afin d'élaborer une stratégie de promotion du commerce et de l'investissement pour chaque marché d'exportation.

Ce fut un plaisir pour moi de vous parler aujourd'hui et de lancer le Mois canadien de l'Exportation.