

Déclaration

95/13

SOUS RÉSERVE DE MODIFICATIONS

**NOTES POUR UNE ALLOCUTION
DE
L'HONORABLE ROY MACLAREN,
MINISTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL,
DEVANT
L'ASSOCIATION DES EXPORTATEURS CANADIENS**

**OTTAWA (Ontario)
Le 22 février 1995**



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada

Il est impossible pour quiconque a suivi l'actualité l'année dernière de ne pas s'apercevoir que le système commercial international est en pleine transformation. Dans les 12 derniers mois, nous avons assisté à la naissance de l'ALENA [Accord de libre-échange nord-américain] et de l'Organisation mondiale du commerce. Contrairement à tout ce que l'on prédisait il y a un an seulement, les membres de l'APEC [mécanisme de Coopération économique Asie-Pacifique] ont accepté d'appliquer le libre-échange entre leurs économies développées d'ici l'an 2010, et entre leurs économies en développement d'ici 2020. Ne voulant pas être en reste, les pays de l'hémisphère occidental ont fixé l'an 2005 comme date cible pour l'introduction du libre-échange dans la région; le Canada, les États-Unis et le Mexique ont, pour leur part, déjà engagé des discussions sur l'accession du Chili à l'ALENA. Par ailleurs, l'Union européenne a dévoilé ses propres plans d'expansion vers le nord comme vers l'est.

Il se trouverait bien peu de gens qui contesteraient que nous assistons, ni plus ni moins, à une mutation spectaculaire du système commercial mondial. La kyrielle d'accords qui foisonnent littéralement partout nous donne l'assurance que notre ordre du jour sur le plan de la politique commerciale sera on ne peut plus chargé pendant de nombreuses années.

Cela dit, en dépit de notre engagement profond envers la mise en place d'un système commercial international fondé sur des règles, nos efforts resteront vains si les entreprises ne prennent pas l'initiative de tirer parti du démantèlement des barrières commerciales. Nous devons tous réunir nos talents et ressources afin de tirer pleinement parti du dynamisme des marchés naissants d'Asie et d'Amérique latine, du marché de l'Union européenne, qui compte 350 millions de consommateurs, où nous devons revitaliser et élargir nos intérêts établis, et du riche marché américain - notre marché traditionnel - où nous devons nous efforcer de maintenir et d'élargir davantage notre part de marché.

Nous sommes bien partis. Selon les données commerciales de fin d'année publiées récemment, notre performance a été exceptionnellement bonne en 1994. Les exportations canadiennes ont progressé de 21 p. 100 l'an dernier, dépassant les 219 milliards de dollars. Notre excédent commercial annuel s'est élevé à 17 milliards, en hausse de près de 8 milliards de dollars comparativement à 1993. Avec les États-Unis, notre excédent commercial a atteint 28 milliards, soit plus de 8 milliards qu'en 1993. Avec le Japon, nous avons corrigé un déficit de 265 millions de dollars en 1993 et enregistré un impressionnant excédent commercial de 1,3 milliard.

Toutefois, énumérer nos succès commerciaux en termes statistiques ne donne qu'un tableau incomplet de la situation. La partie qui manque concerne les moyens qui nous ont permis d'obtenir ces résultats. Nos succès actuels en matière d'exportation ne tiennent pas à un seul facteur. Au contraire, la conjugaison de nos initiatives sur les plans de la politique économique et

commerciale, de même que nos efforts soutenus en vue de l'expansion du commerce et un monde des affaires plus éveillé et plus concurrentiel, ont jeté les bases d'une relance de nos exportations.

En ce qui concerne la politique commerciale, nous avons amélioré l'accès des exportateurs canadiens aux marchés du monde entier.

Grâce à l'ALENA, nous avons renforcé notre accès au marché américain et ouvert la porte du marché mexicain en expansion. Nous avons resserré les règles applicables à l'investissement, au commerce des services, et aux marchés publics, entre autres, écartant les obstacles au commerce et parvenant à un degré supérieur d'intégration économique. Toutefois, l'ALENA n'est pas parfait à tous les égards, notamment en ce qui concerne les dispositions sur les recours commerciaux. Nous avons entamé, la semaine dernière, des consultations avec nos partenaires de l'ALENA afin d'améliorer l'application des lois sur les recours commerciaux dans notre zone de libre-échange.

Ce processus aboutira à de nouvelles mesures qui faciliteront nos échanges outre-frontière. Durant la visite de deux jours du président Clinton, nous signerons un nouvel accord aérien qui établira le marché des services aériens le plus vaste, le plus flexible et le plus concurrentiel du monde. Nous établirons également un plan d'action au cours des six prochains mois afin de faciliter les voyages, le commerce et le tourisme transfrontières.

Le Canada a atteint ou dépassé tous les objectifs qu'il s'était fixés dans le cadre des négociations commerciales multilatérales de l'Uruguay Round. Nous devons veiller maintenant à ce que l'Organisation mondiale du commerce prenne son envol, mais notre objectif prépondérant doit consister également à maximiser la part du Canada dans la croissance des échanges mondiaux de l'ordre de 1 billion de dollars, que cet Accord doit générer selon les projections.

Cela étant dit, je suis quelque peu surpris de voir les résultats d'un récent sondage mené auprès des chefs d'entreprise canadiens, qui indiquent qu'une vaste majorité d'entre eux ignoraient si l'accord créant l'Organisation mondiale du commerce aurait des répercussions pour leurs entreprises.

À l'évidence, il nous faut perfectionner la circulation des renseignements sur les débouchés commerciaux dans le milieu des affaires. Tenant compte de ces faits, nous mettons au point de l'information qui fera voir aux exportateurs comment transformer nos succès en matière d'accès aux marchés étrangers en débouchés commerciaux tangibles, un accent particulier étant mis sur les petites entreprises.

Si nous tournons notre regard vers l'avenir, les Amériques, l'Europe et l'Asie offrent la perspective de progrès plus importants sur le plan de l'accès aux marchés. Nous nous proposons de faire fond sur les succès que nous avons remportés sous le régime de l'ALENA pour relever le défi cerné au Sommet des Amériques tenu à Miami; ce défi consiste à mettre en place une zone de libre-échange à l'échelle de l'hémisphère occidental d'ici l'an 2005. Nous faisons également grand cas de l'invitation lancée par le premier ministre au Sénat français l'automne dernier, qui consiste à revitaliser le lien de l'Atlantique Nord par un resserrement de la coopération commerciale et économique avec l'Europe.

Nous oeuvrons en liaison étroite avec nos partenaires du mécanisme de Coopération économique Asie-Pacifique afin d'atteindre l'objectif fixé en novembre dernier, qui est d'établir le libre-échange d'ici 2010 et 2020.

Des cyniques pourraient prétendre que les résultats du commerce extérieur du Canada au cours de la dernière année ont essentiellement bénéficié du cours du dollar canadien comparativement à la devise américaine. Cela a constitué un important facteur qui a incité de nouveaux exportateurs à se lancer sur les marchés mondiaux et encouragé des exportateurs expérimentés à rechercher de nouveaux débouchés; toutefois, la vérité est plus profonde. Attribuer nos succès en matière d'exportation au cours bas de notre dollar serait trop simple. Il faut, en effet, rendre justice aux gestionnaires et aux employés de nombreuses entreprises canadiennes qui ont appris tout au long de la récession la dure leçon d'être plus efficaces, plus productifs et plus compétitifs sur le plan international.

Il faut aussi rendre justice aux sociétés, comme celles que représente l'Association des exportateurs canadiens, qui sont de plus en plus compétentes, maîtrisent leurs champs d'activité et savent faire preuve de débrouillardise lorsqu'il s'agit de se tailler une place sur les marchés internationaux.

Notre nouveau gouverneur général nous a invités, la semaine dernière, à donner une chance aux bonnes nouvelles de se propager. Eh bien, notre reprise s'est poursuivie en 1994 à un rythme sans précédent sous l'impulsion des exportations. Les énormes succès enregistrés par nos exportateurs y sont pour beaucoup dans la vigoureuse croissance qu'a connue l'économie canadienne. Voilà de bonnes nouvelles pour tous les Canadiens.

Puisque nous soulignons nos récents succès en matière d'exportation, j'aimerais donner le coup d'envoi au concours du Prix d'excellence à l'exportation canadienne de 1995. Ce prix vient reconnaître les grandes réalisations des entreprises canadiennes en matière d'exportation. J'ai donc le plaisir

d'inviter aujourd'hui tous les exportateurs admissibles à soumettre leur candidature à ce prix prestigieux.

Au cours de la dernière année, nous avons mené auprès des exportateurs canadiens de vastes consultations sur des questions liées à la promotion du commerce afin de nous assurer que nos initiatives répondent à leurs besoins. Je suis particulièrement reconnaissant de certains des conseils qu'a prodigués votre Association. Nous avons trouvé d'excellentes suggestions dans votre rapport intitulé *Vers une nouvelle stratégie d'exportation concertée*.

Nous avons également trouvé de bons conseils dans le rapport du Comité sur l'examen de la promotion du commerce international, présidé par M. Ron Wilson, comme dans les communications de nombreux exportateurs et groupes d'exportateurs qui ont participé au récent Examen de la politique étrangère au niveau du Parlement. Pour l'essentiel, vous nous avez dit que vous souhaitiez davantage de discipline, une orientation mieux définie et une plus grande efficacité, de même qu'une réduction plus importante des chevauchements et des doubles emplois. Nous vous écoutons attentivement. Nous avons déjà réagi en prenant des mesures concrètes, et nous en prendrons d'autres.

Au cours de la dernière année, nous avons amélioré la façon dont nous rassemblons les renseignements sur les marchés et l'information commerciale. Nous avons beaucoup progressé du point de vue de la communication de ces informations à vos entreprises. Nous avons assigné le rang de priorité le plus élevé à l'aide aux PME, qui sont créatrices d'emplois, pour qu'elles se lancent sur les marchés d'exportation. Nous avons également décidé de déployer plus de délégués commerciaux vers les marchés à forte croissance de l'Asie-Pacifique et de l'Amérique latine.

De concert avec les provinces et le secteur privé, nous nous employons à élargir le concept d'« Équipe commerce Canada » de manière qu'il comprenne une approche plus cohérente et mieux intégrée en ce qui concerne la promotion du commerce extérieur. C'est ainsi, par exemple, que nous réduisons les chevauchements au moyen de l'intégration, de l'harmonisation et de la coordination des programmes et des services fédéraux et provinciaux. Nous mettons en place des moyens de mieux faire circuler l'information commerciale ainsi que des moyens de concertation afin d'améliorer la préparation à l'exportation des entreprises.

Nous avons également consenti des efforts considérables pour faciliter l'accès au financement des exportations, particulièrement à l'intention des petites entreprises. Grâce à une collaboration plus étroite entre les banques commerciales et la Société pour l'expansion des exportations [SEE], nous avons élaboré de nouveaux programmes visant à faire bénéficier les PME

d'un accès à des crédits plus importants, selon le principe du partage des risques à court et à moyen termes. Les banques participent aussi à un programme qui sera lancé le mois prochain et qui a pour but d'améliorer la formation des banquiers dans le domaine du commerce international.

Bien que les banques répondent mieux aux besoins des exportateurs, particulièrement par l'entremise des programmes conjoints que nous avons mis en place avec elles et avec la SEE, elles doivent jouer un rôle plus actif dans le financement des exportations des PME et il importe que nous obtenions des résultats.

Nous voulons mettre davantage l'accent sur les PME, diversifier nos relations commerciales au delà de nos marchés traditionnels, conclure des accords de partenariat avec le secteur privé et améliorer la coordination avec les provinces. Notre défi consiste à transformer le Canada d'une nation commerçante en une nation de commerçants. Pour ce faire, nous devons nous assurer que les petites entreprises participent à part entière au processus.

En conséquence, nous donnons suite à certaines des recommandations du secteur privé et prenons en compte la situation financière du gouvernement en apportant un certain nombre de changements importants à nos programmes de promotion du commerce extérieur afin de les rendre plus efficaces et d'en améliorer la rentabilité. Ces changements, qui entreront en vigueur le 1^{er} avril 1995, sont les suivants :

- Premièrement, l'aide au titre du volet « initiatives mises en marche par le secteur privé » du Programme de développement des marchés d'exportation [PDME] sera axée sur les entreprises qui ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 10 millions de dollars ou moins de 100 employés dans le cas d'une entreprise du secteur de la transformation, et moins de 50 employés pour une société du secteur des services.
- Deuxièmement, le volet « soumission des projets d'immobilisations » du PDME sera axé sur les petites entreprises, définies selon les mêmes critères.
- Troisièmement, les fonds du PDME qui auront été recouverts seront reversés au programme. De nouveaux clients bénéficieront directement du succès remporté par des utilisateurs précédents du Programme.
- Quatrièmement, la participation à des foires commerciales parrainées par le gouvernement se fera à frais partagés. Pour les entreprises correspondant à la définition d'une petite entreprise, on se servira d'une échelle mobile afin de déterminer les contributions du Ministère à une

participation à une foire commerciale. Toutes les autres entreprises acquitteront le coût de leur participation. À cet égard, nous nous proposons également d'accorder davantage d'importance à la participation à de grands salons stratégiques internationaux, que viendront compléter, dans une moindre mesure, de plus petites expositions régionales qui présentent un degré de priorité élevé.

- Cinqüièmement, tous les participants à des missions commerciales vers l'étranger parrainées par le gouvernement prendront en charge leurs coûts.
- Enfin, nous regrouperons nos divers programmes d'expansion du commerce international en un seul programme. Le regroupement nous aidera à mettre au point une approche stratégique intégrée et à nous assurer que nous affectons nos ressources limitées aux marchés qui offrent les meilleurs débouchés. L'année prochaine, nous entreprendrons le regroupement d'autres programmes de promotion du commerce, y compris l'aide au titre du volet « initiatives mises en marche par le secteur privé » du PDME.

Nous continuons d'étudier attentivement d'autres recommandations du rapport « Wilson », notamment un meilleur soutien au financement des exportations des petites entreprises, la promotion d'une coopération plus étroite entre le Ministère et le Programme de coopération industrielle de l'ACDI [Agence canadienne de développement international] et le renforcement du Service des délégués commerciaux.

Nous travaillons à l'élaboration d'une stratégie intégrale concernant les exportations pour le Canada. La semaine dernière, j'ai rendu publique notre stratégie à cet égard : le *Plan de promotion du commerce extérieur*. Ce document, et le processus qui l'a précédé, nous aident à mieux cibler non seulement l'élaboration de la stratégie du Canada visant les exportations, mais encore l'exécution de nos activités dans le domaine du commerce extérieur. Il traduit un consensus sur les initiatives de développement du commerce qui s'est dégagé parmi 19 ministères fédéraux, les provinces, le Comité consultatif sur le commerce extérieur [CCCE] et les Groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur [GCSCE], de nombreuses associations verticales et horizontales de l'industrie, comme la vôtre, ainsi que des entreprises à titre individuel. L'an prochain, nous nous proposons de le renforcer en y intégrant les activités des provinces à un degré encore plus poussé et en accentuant la participation du secteur privé. En bout de ligne, le *Plan de promotion du commerce extérieur* devrait refléter les priorités des exportateurs canadiens. Toutefois, sa qualité sera strictement fonction des renseignements obtenus des exportateurs. Aussi, je vous invite instamment à nous faire part de vos suggestions pour l'améliorer encore davantage.

Pour compléter le *Plan de promotion du commerce extérieur*, nous devons également formuler des stratégies d'ensemble par pays, pour des marchés étrangers clés, en guise de projet pilote, afin d'assurer l'utilisation la plus efficace possible des ressources gouvernementales limitées. Ces stratégies comprendront toute la gamme des politiques, instruments et programmes gouvernementaux. Elles uniront les efforts d'autres ministères fédéraux, des provinces et du secteur privé.

En ce qui concerne les questions liées au commerce international, le rôle du gouvernement est d'appuyer les efforts du milieu des affaires par des programmes d'expansion du commerce et par des initiatives de politique qui aident le secteur privé à tirer parti des débouchés offerts sur les marchés étrangers.

De fait, la politique commerciale et l'expansion du commerce représentent les deux côtés d'une seule et même médaille; l'une ne peut exister sans l'autre. L'une et l'autre restent vides de sens si elles ne s'accompagnent pas des efforts d'entreprises pour s'implanter sur de nouveaux marchés.

Aussi, nous devons continuer à oeuvrer de concert avec vous afin d'élargir la portée de nos partenariats de libre-échange et de tirer parti des débouchés ainsi créés. S'ajoutant aux réformes nationales visant à rehausser notre compétitivité à l'échelle internationale, cette démarche jette les bases d'une croissance soutenue et de la création d'emplois au Canada.

Si nous tournons les yeux vers l'avenir et songeons aux instruments dont les entreprises canadiennes ont besoin à titre d'aide supplémentaire dans la nouvelle économie mondiale, une réalité prépondérante s'impose à nous : la nécessité de concilier les réalités budgétaires canadiennes avec le besoin de demeurer compétitifs à l'échelle internationale.

J'irais même plus loin : si nous ne parvenons pas à prendre les mesures nécessaires sur le plan national – en matière de réduction de la dette, de réforme sociale et de restructuration du gouvernement – afin de relever la compétitivité du Canada, les accords commerciaux ou instruments d'expansion du commerce, quel que soit leur nombre, ne permettront pas de garantir l'avenir économique du Canada. Le budget de lundi prochain répondra à ce défi fondamental.

Merci.