

- **Création d'une prospérité durable - Propositions**

Le gouvernement canadien s'est engagé dans le développement soutenu de relations économiques et commerciales avec les pays de son hémisphère. L'entreprise privée est intéressée, bien que toute l'attention soit dirigée vers les nouveaux débouchés imminents au Mexique. Les foires commerciales de Monterrey (Mexique), de Caracas (Venezuela) et de Mexico qui ont eu lieu entre 1992 et 1994 sont notables non seulement à cause du grand nombre de participants, mais aussi parce que beaucoup d'entre eux provenaient d'entreprises plus petites. Le défi consistera à poursuivre sur cette lancée et à en étendre la portée encore plus au Sud, vers d'autres marchés importants.

4.1 Ciblage commercial

Comme c'est le cas dans de nombreux pays développés, le commerce en Amérique latine s'est étendu de l'exportation de marchandises à la vente de services, et il s'est développé des liens commerciaux accrus au moyen d'alliances stratégiques, de transferts technologiques, de coentreprises et du développement de l'investissement. Compte tenu de la libéralisation économique et de la transformation de la clientèle de base (passage de l'État au secteur privé), les liens au sein du secteur privé devraient continuer d'être le point de mire de nos efforts en matière de commerce et d'investissement. L'établissement d'une clientèle cible et d'une sensibilisation aussi bien au Canada que dans la région permettra de créer et de soutenir l'édification d'un lien commercial plus étendu. Le soutien grandissant du secteur privé qui se manifeste par la mise en oeuvre de programmes d'expansion des entreprises et de développement de l'information dans des marchés cibles et consolidés, permet d'amoindrir les risques associés à ces marchés en pleine croissance. Bien entendu, il existe aussi des ententes sur le commerce et l'investissement plus étendues ainsi que d'autres outils de réglementation des politiques commerciales qui assurent un accès accru aux marchés.

S'assurer des marchés publics ne devrait pas constituer une priorité, tant que les conditions ne permettront pas la mise sur pied de programmes officiels convenables de crédit et de financement, et que les entreprises canadiennes ne seront pas suffisamment bien établies pour prendre part à la phase de définition des initiatives. Au lieu de cela, il conviendrait de mettre l'accent sur l'aide à l'entreprise privée, et d'accorder une attention particulière aux petites et moyennes entreprises (PME), en vue de l'établissement de partenariats locaux, d'alliances et d'installations de fabrication conjointes.

Au lieu d'élaborer une stratégie de commerce et d'investissement globale pour les Amériques, les intérêts et activités du Canada peuvent être mieux définis par pays et par secteur. Le monde des affaires montre un intérêt sans précédent envers le