

# RÉUSSITE DES RELATIONS COMMERCIALES ENTRE LE CANADA, LES ÉTATS-UNIS ET LE MEXIQUE

**L**a valeur des échanges commerciaux entre le Canada et les États-Unis avoisine les 2 milliards de dollars par jour et celle entre le Canada et le Mexique représente 15 milliards de dollars par année. L'efficacité du partenariat commercial nord-américain n'est pas facultative, elle est nécessaire.

En décembre 2002, le Comité permanent des affaires étrangères et du commerce international de la Chambre des communes a présenté un rapport intitulé *Partenaires en Amérique du Nord : cultiver les relations du Canada avec les États-Unis et le Mexique*. Voici une des conclusions présentées dans ce rapport : « Le Canada est un pays nord-américain. L'instauration de relations nord-américaines satisfaisantes est donc un impératif pour le Canada. »

Len Edwards, sous-ministre du Commerce international, abonde dans le même sens. « Les intérêts commerciaux et économiques du Canada ne connaissent pas de frontières. Par conséquent, le multilatéralisme des échanges demeure la pierre d'assise de notre politique commerciale. Cependant, l'Amérique du Nord — et tout particulièrement les États-Unis — constitue de loin notre principal marché et, de plus en plus, notre prospérité et notre sécurité en dépendent », observe-t-il.

Depuis l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), le 1<sup>er</sup> janvier 1994, le Canada a confirmé son statut de premier partenaire commercial des États-Unis. Les achats que nous effectuons chez notre voisin du Sud égalent ceux des pays de l'Union européenne réunis et représentent près de 19 p. 100 des exportations américaines. Le Canada est le plus important marché pour 38 États américains, ce qui se traduit par environ 1,2 milliard de dollars d'échanges, jour après jour.

Une des priorités du Canada consiste à mieux promouvoir ses intérêts aux États-Unis. « Une plus grande intégration économique signifie que de plus en plus de mesures prises par l'administration fédérale, les États et les municipalités des États-Unis ont d'importantes répercussions directes sur le Canada.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international veut être mieux en mesure de jouer son rôle d'interlocuteur auprès des Américains qui, tant à l'échelle des municipalités et des régions que des États, façonnent la politique du Congrès et de l'administration fédérale », explique M. Edwards.

L'ALENA s'est avéré un succès retentissant pour les trois partenaires. Depuis sa mise en œuvre, la valeur totale des échanges de produits entre le Canada, le Mexique et les États-Unis a augmenté d'environ 150 p. 100, passant de 374 milliards de dollars en 1993 à 944 milliards de dollars en 2002. La valeur totale des échanges bilatéraux entre le Canada et le Mexique a fait un bond de 233 p. 100 depuis 1993, et ce, même si nos exportations au Mexique ont diminué de 13 p. 100 en 2002.

« L'ALENA constitue le premier partenariat commercial réunissant deux pays développés, le Canada et les États-Unis, et un pays en développement, le Mexique, souligne M. Edwards. Le fait que l'Accord est une réussite démontre que la libéralisation du commerce et des investissements entre des pays développés et des pays en développement favorise toutes les parties, et surtout les pays en développement. »

Le Mexique est le sixième client en importance du Canada et se classe au quatrième rang sur le plan des importations canadiennes. Les échanges bilatéraux de produits ont atteint 15,1 milliards de dollars en 2002, et les investissements directs du Canada au Mexique ne cessent de croître, s'établissant à 4 milliards de dollars en 2001.

À n'en pas douter, l'ALENA est avantageux pour toute l'Amérique du Nord. 🍀

## L'ALENA FAVORISE LE COMMERCE

### Baultar approvisionne le réseau de transport de Mexico

Baultar Inc., de Windsor (Québec), est rudement piétinée par les usagers du métro de Mexico — et ne s'en plaint aucunement.

Xavier Garcia, coordonnateur du marketing international chez Baultar, affirme que la société soutient avec succès la concurrence pour les contrats liés au réseau de métro fortement utilisé de Mexico depuis l'entrée en vigueur de l'ALENA.

« Nous avons décelé au Mexique un besoin réel pour nos couvre-planchers résistants et lorsque l'ALENA a été mis en application, notre chiffre d'affaires dans ce pays a quintuplé », d'ajouter M. Garcia.

### Gerth augmente ses ventes au sud de la frontière

Qui dit commerce, dit généralement marchandises. Cependant, il ne faudrait pas oublier les sociétés qui transportent ces biens par-delà les frontières, des sociétés comme Gerth Transport, de Kitchener (Ontario).

Il y a de nombreuses années que Gerth fait des affaires avec le Mexique, mais ses activités ont littéralement décuplé avec la mise en œuvre de l'ALENA. Depuis 1994, la taille de l'entreprise a triplé.

« L'ALENA nous a permis d'accomplir des progrès beaucoup plus rapidement que prévu au Mexique », dit Wayne Hadath, vice-président des ventes et du marketing.

### Testori est propulsée vers les sommets aux États-Unis

Testori Americas Corporation, de Summerside (Île-du-Prince-Édouard), a commencé à vendre ses avions et pièces connexes aux États-Unis — surtout par l'entremise de Bombardier — peu avant l'entrée en vigueur de l'ALENA.

Lindo Lapegna, président de la société, se souvient qu'il n'était pas toujours facile de faire des affaires aux États-Unis avant l'ALENA. Il précise que l'Accord a aplani les difficultés qu'éprouvait Testori. « Le transport et les formalités douanières nous causaient d'innombrables problèmes, raconte M. Lapegna. L'ALENA nous a permis de mieux franchir ces étapes, ce qui favorise notre position concurrentielle. »

