

Ce mécanisme trilatéral servant à résoudre les litiges commerciaux privés est utilisable au Canada et aux États-Unis; il est en cours d'élaboration au Mexique. Quand il sera entièrement appliqué, il améliorera considérablement le contexte du commerce des fruits et des légumes entre les pays signataires de l'ALENA.

### Préparer l'avenir

L'ALENA n'est pas un accord statique. Il a permis de créer un cadre évolutif pour gérer les priorités actuelles et futures du marché nord-américain. Pour préparer l'avenir de l'Accord, le Canada a établi certaines priorités :

- poursuivre nos efforts en vue de clarifier certaines dispositions clés concernant les procédures et le fond du chapitre de l'Accord relatif à l'investissement, et accroître la transparence des procédures (chapitre 11);
- revigorer le processus visant à favoriser, pour autant que cela est possible, une plus grande compatibilité de nos mesures sanitaires et phytosanitaires;
- veiller à la mise en oeuvre des accords de reconnaissance mutuelle signés par les associations professionnelles nationales des trois pays membres de l'ALENA représentant les conseillers juridiques et les ingénieurs étrangers;
- favoriser plus encore les déplacements temporaires des gens d'affaires grâce à une plus grande coopération entre les partenaires de l'ALENA;
- rendre compatibles les normes des diverses parties en matière de transport terrestre;
- harmoniser les normes et les procédures réglementaires en matière de télécommunications;
- simplifier les règles d'origine visant les marchandises lorsque les questions liées au tarif extérieur sont minimales;
- améliorer l'infrastructure et les procédures liées aux opérations frontalières et aux opérations douanières;
- évaluer l'incidence de l'évolution rapide de la technologie sur les marchés nord-américains et faire en sorte que les règles de l'ALENA tiennent compte des nouvelles façons de faire des affaires (par exemple, le commerce électronique).

## ÉTATS-UNIS

### Aperçu

Le Canada est le principal partenaire commercial des États-Unis et vice-versa, la valeur des produits et services qui franchissent chaque jour la frontière se chiffrent à environ 1,8 milliard de dollars. En 2000, la valeur des exportations canadiennes de marchandises vers les États-Unis s'élevait à 360 milliards de dollars, tandis que celle des importations atteignait 268 milliards de dollars. Au cours de la même période, nos exportations de services ont totalisé 33,3 milliards de dollars, tandis que les importations s'établissaient à 39,4 milliards de dollars. Au total, 86,1 p. 100 des exportations canadiennes de marchandises sont destinées à notre voisin du Sud. Depuis l'entrée en vigueur de l'ALE, en 1989, le commerce bilatéral de marchandises a plus que doublé. De 1992 à 2000, il a augmenté en moyenne d'environ 13 p. 100 par année. Par contre, au cours de cette même période, les échanges de marchandises du Canada avec le reste du monde croissaient d'environ 11,9 p. 100 par année en moyenne.

L'ALE et, par la suite, l'ALENA ont eu d'autres retombées positives. Par exemple, de 1991 à 1999, les investissements directs des États-Unis au Canada sont passés d'environ 85 milliards de dollars à 173 milliards de dollars, tandis que les investissements directs du Canada aux États-Unis passaient de 63 milliards de dollars à 134 milliards de dollars.

Les rapports qui unissent le Canada et les États-Unis sur le plan des échanges commerciaux et de l'investissement se distinguent de ceux que nous entretenons avec d'autres pays, non seulement par l'importance des sommes en cause, mais aussi qualitativement. Les exportateurs canadiens de produits et de services ont accès à d'excellents débouchés dans pratiquement tous les secteurs du marché américain. Pour les aider à exploiter ces possibilités, le MAECI concentre son activité sur l'accès des PME au marché. Il vise tout particulièrement à aider les femmes, les jeunes entrepreneurs et les entrepreneurs autochtones à faire une première percée sur le marché des États-Unis. Le programme Nouveaux exportateurs aux États-Unis a connu un grand succès à cet égard, ayant aidé plus de 12 000 entreprises à aborder pour la première fois le marché américain. Le gouvernement canadien encourage les exportateurs canadiens qui se sont bien