

- échange entre le Canada et les États-Unis, et permettre un accès accru au marché le plus riche du monde;
- faire en sorte que le Canada demeure un pôle d'attraction à partir duquel les investisseurs pourraient rayonner sur le marché nord-américain.

L'accord conclu cet été nous a permis d'atteindre les buts visés. D'énormes possibilités s'offrent maintenant à nous sur un marché nord-américain de plus de 360 millions de personnes -- des possibilités dont profitent déjà certaines entreprises.

Les petites et moyennes entreprises canadiennes ne se contentent pas d'attendre la ratification de l'ALENA. Certaines ont déjà fait des percées sur le marché mexicain, un marché de plus en plus ouvert, qui connaît un des plus hauts taux de croissance du monde. Le gouvernement fédéral prend des mesures pour qu'un plus grand nombre d'entreprises suivent leur exemple. D'ailleurs, la foire commerciale organisée en janvier par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada à Monterrey, au Mexique, était l'une des plus importantes expositions jamais préparées par un seul organisme. Au-delà de 200 entreprises canadiennes étaient représentées, dont plus de 90 % étaient des petites et moyennes entreprises. Elles ont brassé des affaires pour une valeur excédant trois millions de dollars.

Le Groupe C.C.L., une société québécoise offrant des services linguistiques aux entreprises, était sur place. Ses représentants ont pu explorer la possibilité de former des coentreprises et de conclure des marchés de formation linguistique. La société Hi-point Industries, de Bishop's Falls, à Terre-Neuve, a par ailleurs reçu une commande de 80 000 \$ pour son produit de nettoyage des déversements de pétrole; une autre commande de 150 000 \$ pourrait se concrétiser. Cette entreprise comptant moins de 30 employés, qui écoule ses produits en Europe, au Moyen-Orient, en Asie et en Amérique du Sud, fait la preuve que les marchés d'exportation ne sont pas l'apanage des grandes multinationales. En 1989, au moins 20 p. 100 de toutes nos exportations ont été attribuables aux petites et moyennes entreprises de fabrication comme Hi-point. Ce pourcentage grimpe à plus de 50 p. 100 dans des secteurs comme l'habillement, les produits alimentaires et les industries du bois.

Malgré ce que laissent croire les médias, de nombreuses entreprises -- aussi bien des multinationales que des entreprises établies depuis longtemps au Canada -- ont décidé d'investir au Canada, et dans certains cas d'agrandir leurs installations, afin d'y établir leur port d'attache pour tout le marché nord-américain. Proctor and Gamble, GTE Sylvania, Heron Cable, Hughes Aircraft, Kodak, Polymer International, Dow Chemical, Cargill Foods, E.D. Smith, DuPont, Rubbermaid et Nikon Optical sont quelques-unes de ces entreprises. Les exportations records que nous avons enregistrées vers les États-Unis cette année témoignent de cette nouvelle réalité.