

objectifs principaux : en premier lieu, nous voulions obtenir un meilleur accès au Mexique pour les biens et services canadiens — nous l'avons obtenu; en deuxième lieu, nous voulions obtenir les avantages que nous procure l'ALE tout en améliorant l'accès au marché le plus riche du monde — nous y avons réussi; en troisième lieu, nous voulions nous assurer que le Canada demeure un lieu de prédilection pour les investisseurs désireux de desservir l'ensemble du marché nord-américain — nous y avons également réussi.

En bref, nous avons atteint nos trois objectifs principaux. En créant un espace économique ouvert comptant 360 millions de personnes dont le produit national brut combiné s'élève à plus de 7 billions de dollars, nous avons mis en place les conditions propices à une fertilisation croisée massive des idées, des énergies et des capacités créatrices. Nous avons tous la possibilité de devenir plus concurrentiels à l'échelle mondiale grâce à cet accord.

Quels sont les avantages pour le Canada? Le Canada a accès au marché mexicain, qui compte 87 millions de personnes. Il s'agit d'un marché jeune — l'âge moyen de la population est inférieur à 25 ans — où la tranche des personnes à revenus moyens, qui en comprend entre 20 et 25 millions, croît. Le Mexique offrira de nombreux débouchés de choix en raison de l'accès accru à ce marché dont nous bénéficierons. L'ALENA que nous avons négocié prévoit l'élimination des licences d'importation ainsi que des droits de douane. Nous aurons donc accès à ce marché selon des règles du jeu équitables.

Dans le cas des entreprises canadiennes qui désirent trouver des partenaires pour soutenir la concurrence mondiale, le Mexique offre d'excellentes possibilités. Il existe un nouveau dynamisme dans l'économie mexicaine, où le pouvoir d'achat croissant de ses 85 millions de consommateurs présente de nombreux débouchés aux exportateurs canadiens de biens et services.

Avant l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange, les entreprises n'exploraient pas les débouchés qui s'offraient à elles sur le marché mexicain. Notre délégation commerciale au Mexique ne constatait pas beaucoup d'activité. Notre ambassade reçoit un nombre de plus en plus important de représentants d'entreprises — il n'y en a eu que 200 en 1988, mais 2 200 en 1991 et 4 450 au cours des 6 premiers mois de cette année — ce qui se traduit par un accroissement des échanges. Nos exportations augmentent — jusqu'ici cette année, elles ont progressé de 100 p. 100 par rapport à l'an dernier. Et nous faisons notre part pour encourager les entreprises à participer à des missions commerciales au Mexique. Au cours des douze prochains mois, nous aurons 20 missions commerciales.