

et optimiser les services aux clients en coordonnant l'exécution des activités d'expansion du commerce international.

Nous avons aussi mis en oeuvre de nouvelles initiatives de soutien des petites et moyennes entreprises. Selon nous, les PME doivent s'impliquer davantage dans le commerce international si nous voulons accroître notre présence sur les nouveaux marchés. C'est pourquoi nous cernons de plus près les besoins de ces entreprises et nous adaptons nos programmes en conséquence.

Nous développons aussi de nouveaux produits et nous encourageons les institutions bancaires à appuyer davantage les exportateurs. Un nombre plus grand d'entre elles sont aujourd'hui mieux outillées pour renseigner les PME sur l'exportation. L'Association des banquiers canadiens (ABC) participe en outre à un programme visant à donner une formation en commerce international aux directeurs de banques.

D'autre part, la Société pour l'expansion des exportations (SEE) met au point, en collaboration avec les institutions financières canadiennes, un nouveau concept qui doit permettre de relever les lignes de crédit des petits exportateurs. L'objectif est d'amener les banques locales à consentir plus de crédits à court terme aux PME pour faciliter les ventes à l'étranger.

Nous lançons le programme ACCÈS 95 pour aider les compagnies à exploiter les nouveaux débouchés issus de l'Uruguay Round. Ce programme vise à donner aux entreprises du secteur privé un «instantané des marchés» mettant en relief les réductions des barrières tarifaires et non tarifaires applicables aux produits canadiens sur les 42 plus importants marchés du Canada après celui des États-Unis.

Le «concept du programme unique» est une autre initiative qui intéresse mon Ministère et en vertu de laquelle sept fonds d'aide aux entreprises seraient consolidés en un seul programme. Le soutien accordé par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international aux activités de promotion du commerce international viendrait d'une seule source, indépendamment de la région géographique ou de son rôle. Nous espérons qu'il en résultera une utilisation plus stratégique des fonds, une réaction plus rapide aux priorités nouvelles et une amélioration de l'interface avec les clients.

Enfin, diverses initiatives visent à aider directement les exportateurs sur des marchés naissants clés. Nous avons par exemple ouvert récemment le Centre canadien des affaires à Mexico, un «pied-à-terre» pour les Canadiens qui font des affaires au Mexique. Le Centre met à leur disposition des bureaux temporaires, des salles de réunion et de conférence et une trentaine de stands pour des salons commerciaux et d'autres expositions, et ce, à des tarifs concurrentiels.

Je tiens à souligner qu'il s'agit d'un projet-pilote; si l'expérience s'avère concluante, elle pourra être répétée sur d'autres marchés clés.