

s'offrent au Canada. Telle est la raison d'être du Plan de promotion du commerce extérieur. Il fait en sorte que les 17 ministères et organismes fédéraux oeuvrant dans le secteur des affaires internationales unissent leurs efforts, dans une démarche de partenariat avec le secteur privé, afin de repérer les débouchés commerciaux et d'en tirer parti.

Telle est, aussi, la raison d'être du programme Accès Amérique du Nord. Comme vous le savez, mon prédécesseur, Michael Wilson, a annoncé en mars cette initiative dotée d'un budget de 27 millions de dollars. Nous avons sur place, aujourd'hui, quelques dépliants qui présentent les grandes orientations du programme et la façon dont vous pouvez en tirer parti. J'aimerais dire un mot de l'état de l'exécution de ce programme.

Aujourd'hui, nous publions un cahier spécial, «Mexique-Canada : Partenariat pour la réussite» -- il s'agit d'un guide commercial approfondi, fruit d'une collaboration avec le secteur privé. Une nouvelle série d'études sectorielles examinera ces questions plus à fond au cours des prochains mois.

Votre association fait avancer la réflexion au moyen d'une série nationale de colloques sur le nouveau climat commercial en Amérique du Nord, à l'occasion desquels on fournit notamment des conseils pratiques relatifs aux règles d'origine, à l'étiquetage et aux douanes.

L'initiative de formation en commerce extérieur, qui bénéficie des avis et de l'apport de l'AEC et d'autres organisations, va de l'avant avec le programme GéoFITT pour le Mexique, lequel, à son tour, débouche sur les missions NEMEX de Commerce extérieur Canada dans ce pays.

Nous sommes en train de préparer de 25 à 30 foires ou missions commerciales, dont la plus importante foire commerciale solo que le Canada ait organisé au Mexique -- Canada Expo, à Mexico, en mars 1994. Nous nous attendons à ce que plus de 400 entreprises canadiennes soient présentes dans le but de s'implanter de plain-pied sur le dynamique marché mexicain.

Nos démarches graduelles au Mexique et en Asie constituent une illustration de ce que je vous disais plus tôt : nous ciblons les marchés porteurs de demain. Nous mettons également l'accent sur les secteurs particulièrement prometteurs.

Prenez, par exemple, le programme VisionExport de cette année, un important volet du Mois du commerce extérieur. VisionExport permet à 70 de nos spécialistes du commerce en poste dans le monde entier de se mettre en rapport directement avec des entreprises de toutes les régions du pays. Ils s'intéresseront particulièrement à cinq grands secteurs : les produits et services dans le domaine des soins de santé, l'équipement et la