



sérieusement aggravée par des problèmes internes, souligne les liens entre la stabilité économique et politique ainsi que la perte de confiance dans les marchés naissants, dont ceux de l'Amérique latine. Les marchés de l'Amérique latine sont touchés malgré les progrès réalisés dans de nombreux pays au cours de la dernière décennie sur le plan des politiques macro-économiques et des réformes structurelles.

Les observateurs accordent de plus en plus d'importance à la capacité du système monétaire et financier international de faire face aux réalités de la nouvelle économie mondiale. Le Fonds monétaire international (FMI) estime maintenant que la croissance économique mondiale sera de 2 p. 100 pour 1998, en baisse par rapport aux estimations antérieures, qui étaient de 3 à 3,5 p. 100. Jusqu'à présent, la crise n'a eu qu'un effet négatif modeste sur la croissance canadienne globale (les prévisions de croissance de 1998, qui étaient de 3,5 p. 100, ont été ramenées à 2,9 p. 100). Cependant, comme nous l'avons dit ci-dessus, les provinces de l'Ouest, en particulier la Colombie-Britannique et l'Alberta, sont plus durement touchées et le dollar canadien a subi des pressions, malgré la bonne santé générale de l'économie.

On a pu observer une certaine amélioration des marchés mondiaux vers la fin de 1998, mais il y a encore de sérieux défis à relever, ce qui prendra un certain temps. Le présent document décrit les mesures prises par le gouvernement canadien pour aider les exportateurs et les investisseurs canadiens à surmonter les obstacles auxquels ils sont confrontés sur les marchés étrangers.

Initiatives canadiennes d'élimination des obstacles

La vigueur que connaissent les exportations canadiennes ces dernières années est principalement attribuable aux politiques poursuivies par le gouvernement pour améliorer l'accès au marché américain et aux autres marchés étrangers, et pour promouvoir l'amélioration et l'expansion du champ d'application des règles internationales qui régissent le commerce et les investissements.

La mise en oeuvre de l'ALE en 1988, de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) en 1994 et des accords de l'OMC en 1995 ont favorisé le

développement des échanges commerciaux et des investissements en améliorant le système de règles dans lequel se déroulent ces activités. De plus, le Canada poursuit ses priorités en matière d'accès aux marchés dans le cadre d'initiatives complémentaires telles que les accords bilatéraux de libre-échange récemment conclus avec le Chili et Israël, la ZLEA, le *Plan d'action Canada-UE*, l'APEC et les négociations avec les pays de l'AELE en vue d'un éventuel accord de libre-échange. Le Canada se sert de toutes ces initiatives pour améliorer l'accès de ses entreprises aux marchés étrangers tout en assurant la promotion des valeurs canadiennes telles que le respect de l'environnement et les normes du travail.

Accès aux marchés et développement du commerce et des investissements

L'amélioration de l'accès aux marchés est un élément essentiel de la stratégie du gouvernement fédéral visant à multiplier les possibilités d'expansion du commerce international. Les programmes du gouvernement destinés à promouvoir le commerce et l'investissement, qui comprennent les missions commerciales d'Équipe Canada à l'étranger — missions qui ont connu beaucoup de succès — et les programmes « Nouveaux exportateurs », incitent les exportateurs et les investisseurs canadiens, en particulier les petites et moyennes entreprises (PME), à tirer pleinement parti des débouchés qu'offrent les marchés mondiaux. L'expansion du réseau de service d'Équipe Canada inc, lequel comprend maintenant 20 organismes fédéraux, a pour but de fournir un service à guichet unique aux entreprises canadiennes. Cela se traduit par une meilleure coordination stratégique entre les trois principaux ministères concernés par la promotion du commerce international, soit le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Industrie Canada et Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Les efforts concertés du gouvernement en vue de faciliter l'accès aux marchés étrangers sont en parfaite harmonie avec les activités de marketing pour la promotion du commerce et des investissements présentées dans le plan d'affaires triennal d'Équipe Canada inc. Par exemple, les « équipes volantes » d'intervention pour les débouchés internationaux, récemment créées par le MAECI et composées de délégués commerciaux, sont envoyées dans des