

CanadExport s'entretient avec M. Sergio Marchi *(Suite de la page 1)*

arrivée, il a établi des liens avec ses homologues, tout comme l'ont fait les premiers ministres des provinces et comme je l'ai moi-même fait. Nous avons constaté un sens réel de l'engagement relativement aux objectifs visés ainsi qu'un sens réel de l'amitié et de l'harmonisation des politiques.

À propos des échanges entre le Canada et le MERCOSUR, nous espérons franchement que les discussions se dérouleraient mieux et que nous aurions signé un accord de coopération en matière de commerce et d'investissement.

Cependant, nous avons été réconfortés par les paroles de M. Carlos Menem, président de l'Argentine — qui dirige la destinée du MERCOSUR pour les six prochains mois — selon lesquelles celui-ci va chercher, pendant sa présidence, à veiller à ce que le Canada et les pays du MERCOSUR signent un accord.

Quant à la ZLEA, le premier ministre a eu un entretien très optimiste avec M. Eduardo Frei, président du Chili, qui a d'ailleurs déclaré être disposé à faire tout en son possible pour assurer la réussite du lancement, à l'occasion du sommet de Santiago en avril prochain. Nous l'avons alors assuré, de même que les dirigeants des autres pays, de l'engagement du Canada envers la ZLEA. Nous croyons qu'il est temps que les membres de cet hémisphère se regroupent.

CanadExport : Comment assurerons-nous le suivi des accords et des ententes signés?

M. Marchi : La question du suivi est extrêmement importante. C'est une chose de se rendre sur place et de conclure des accords; c'est une autre de mener ces accords à

terme. C'est pourquoi nous avons l'intention d'affecter six délégués commerciaux dans la région pour assurer le suivi des accords et des occasions d'affaires. Nous voulons aussi mieux coordonner les visites des ministres fédéraux et provinciaux dans la région, de manière à ce que nos efforts soient synchronisés.

CanadExport : Entrevoyez-vous des changements à apporter à des missions futures en termes de logistique, de taille de la délégation et ainsi de suite?

M. Marchi : Cette mission avait tant un côté « cœur » qu'un côté technique. Le côté « cœur » s'est bien déroulé, mais il est toujours possible d'améliorer le volet technique. C'est pourquoi, après chaque mission, nous demandons à la communauté des affaires de nous faire savoir comment nous pourrions améliorer les choses à l'occasion de la prochaine mission. Par exemple, lors de la dernière mission, les provinces nous ont dit qu'elles auraient souhaité que les premiers ministres aient un peu plus de temps à consacrer à des programmes avec les délégués de leur province; nous avons donc accordé plus de temps aux premiers ministres lors du dernier voyage.

À l'occasion de la plus récente mission, certains ont cru que les représentants des médias et les membres de la délégation n'auraient pas dû voyager à bord d'avions distincts. Ce serait peut-être préférable la prochaine fois de faire voyager toute l'équipe à bord du même avion, de manière à faciliter les échanges entre tous et chacun.

Vous pouvez aussi soutenir qu'il faudrait prévoir plus de temps pour les échanges entre le premier ministre, ses homologues

des provinces et les gens d'affaires. Nous avons organisé des forums dans deux pays; nous aurions peut-être dû le faire dans les quatre pays.

Les gens d'affaires nous ont aussi dit qu'ils auraient souhaité que nos ambassadeurs tiennent des séances d'information dans chacun des pays, et non pas seulement des séances d'information économique mais aussi politique. Nous allons veiller à ce que cela soit fait la prochaine fois.

CanadExport : Quel a été le sentiment des gens d'affaires au sujet des relations futures entre le Canada et l'Amérique latine?

M. Marchi : Je crois qu'ils ont fait preuve d'un grand enthousiasme. Ils sont revenus de la mission avec le sentiment qu'il y avait des liens très spéciaux entre le Canada et l'Amérique latine et que cet hémisphère serait notre prochain rendez-vous dans notre quête d'identité. Nous partageons le même fuseau horaire, et nos cultures commerciales sont davantage apparentées et plus adaptables que, disons, celles de l'Asie-Pacifique. Je crois que les Latino-Américains nous voient comme faisant contrepoids aux États-Unis. Nous avons fait la preuve que nous pouvons vendre là-bas et que ces pays peuvent acheter nos produits et services. Je crois que nous avons tous les éléments requis pour faire réellement notre marque en Amérique latine.

Les Latino-Américains s'intéressent au Canada, à nos méthodes d'éducation, à notre système de gestion de soins de santé, à notre manière d'administrer nos programmes sociaux et nos gouvernements ainsi qu'aux relations que nous entretenons avec les États-Unis, tout en protégeant notre

Voir page 9 — CanadExport