

Les marchés de l'ASEAN représentent une priorité commerciale pour le Canada dans la région Asie-Pacifique. Notre stratégie porte surtout sur les secteurs suivants :

- a) produits et services de haute technologie, dont les communications (télécommunications, télédétection et matériel de diffusion), et sous-secteurs de l'aérospatiale;
- b) énergie, dont l'électricité, le pétrole et le gaz;
- c) réseaux de transport;
- d) produits alimentaires.

Figurent parmi les grandes activités de promotion commerciale pour 1991/1992 l'envoi de missions et la tenue de séminaires sur place dans les domaines de la télédétection, des télécommunications, de l'équipement et des services aéroportuaires ainsi que de la technologie environnementale pour le secteur des pâtes et papiers. Le Canada participera à une importante exposition régionale sur les mines et au salon régional de l'aérospatiale, qui se tiendront en 1992 aux Philippines et à Singapour respectivement. Les fonds affectés à la promotion commerciale servent aussi à épauler les efforts des clubs de gens d'affaires canadiens maintenant établis dans les cinq principaux pays de l'ASEAN et à élargir notre banque d'études de marché, qui mettent l'accent sur les possibilités précises s'offrant aux sociétés canadiennes dans chacun de ces marchés et leur donnent la liste des personnes à contacter.

Les exportations de l'ASEAN au Canada ont atteint 1,7 milliard \$ en 1990, Singapour, la Thaïlande et la Malaisie comptant pour plus de 1,3 milliard de ce total. Elles se sont diversifiées, au point d'être maintenant composées à 70 % de produits ouvrés. Les ordinateurs, le matériel audio et vidéo, les textiles et les vêtements, le caoutchouc et les produits du caoutchouc, le poisson en conserve, les crevettes surgelées et les automobiles constituent les principales exportations.