

efforts en Inde, au Pakistan et au Bangladesh, où l'expérience albertaine des systèmes d'adduction et de traitement des eaux usées offre de grandes possibilités.

La Sun Ice de Calgary tire avantage du fort intérêt des Asiatiques pour les sports d'hiver: elle a signé des accords de licence avec une entreprise japonaise et a ouvert un bureau à Hong Kong.

Même dans le domaine de la haute technologie du son, des sociétés albertaines ont remporté des contrats dans le fief de Sony et de Mitsubishi. Archer Communications de Calgary a signé un accord de 6 ans visant la mise au point de microplaquettes spécialisées pour donner un son tridimensionnel aux ordinateurs Nintendo.

Et les compétences albertaines en production, traitement et distribution des aliments permettent de remporter de nouveaux marchés en Asie. Il y a un énorme marché pour le boeuf de l'Alberta - un marché de 3 milliards \$ pour le seul Japon. Notre gouvernement a aidé à ouvrir ce marché à l'Alberta, et la Fédération canadienne des exportateurs de viande de boeuf a maintenant établi un bureau à Tokyo. Elle attend de solides résultats. Une succursale de Canada West introduira plus de 100 nouveaux produits alimentaires canadiens en Malaisie à compter de cette semaine. Les connaissances de la Canada West en matière de financement, d'expédition et de vente de détail lui ont déjà donné un énorme succès en Nouvelle-Zélande, faisant de ce pays son plus gros client étranger.

Ces quelques exemples, parmi bien d'autres, démontrent l'étonnant succès et le remarquable potentiel des sociétés albertaines, grandes et petites, qui vendent leurs matières premières, leurs produits finis ou, tout simplement, leur savoir-faire.

Voilà le contexte. Voilà les possibilités qui s'offrent en Asie.

Quelle sera notre réaction?

Je pense qu'elle devra répondre à trois paramètres.

D'abord, nous devons comprendre notre client. La langue est importante ici. Prenons le cas du Japon par exemple, la superpuissance économique du XXI<sup>e</sup> siècle. De plus en plus, il s'attendra que ceux avec qui il traite respectent mieux sa culture, ses coutumes et sa langue, et nous demandera de faire les ajustements nécessaires.

Cela est naturel. Et inévitable. À ce chapitre, nous devons faire mieux. On compte au Canada seulement 1 200 personnes qui