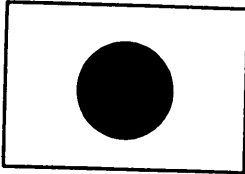


Le Japon : le principal partenaire commercial d'outremer du Canada



"Le Japon est de loin notre principal partenaire économique et commercial d'outremer. Nos relations — entre nos deux gouvernements comme entre nos secteurs privés respectifs — sont solides, franches et généralement sans nuage."

— Extrait d'une allocution de M. John Crosbie, ministre du Commerce extérieur, avril 1990

Lorsque des relations bilatérales se chiffrent autour de 18 milliards de dollars par an, il ne s'agit pas de bagatelles, mais de grand commerce!

Or, ce chiffre représente la valeur des échanges bilatéraux, en 1989, entre le Canada et le Japon, notre principal partenaire économique et commercial", selon la déclaration du ministre du Commerce extérieur, M. John Crosbie, à la journaliste de Time magazine Tina Powell.

Laissons parler les faits :

En 1989, nos exportations vers le Japon ont atteint 8,75 milliards de dollars, soit une légère augmentation de 0,81 pour cent par rapport aux 8,68 milliards de 1988.

Quant à nos importations du Japon pour ces deux années, elles ont augmenté de 3,2 pour cent, ce qui nous laisse avec un déficit commercial de 800 M \$.

Mais il ne faut pas s'en faire. Ce déficit pourrait être annulé — ou largement réduit — si la tendance actuelle se maintient.

"Nos échanges bilatéraux, qui atteignent près de 20 milliards de dollars (pour 1990), ne cessent de croître et de se diversifier," a déclaré M. Crosbie au cours de la même interview au Time. Il a souligné à ce propos que nos deux pays ont pris des mesures, et continuent d'en prendre — notamment, du côté japonais, la libéralisation des importations — en vue de renforcer et de consolider nos relations commerciales.

Nos liens commerciaux avec le Japon sont antérieurs à 1929 — l'année où le drapeau canadien a été hissé pour la première fois à la légation canadienne de Tokyo.

Croissance et diversification

En fait, "la croissance et la diversification" dont parle M. Crosbie démentent la conception (un peu trop "partiale" selon le ministre) selon laquelle nos rapports commerciaux consistent

principalement échanger du "charbon contre des voitures", ou des "produits forestiers contre du matériel électronique".

Il est vrai qu'environ 50 pour cent des échanges entre le Canada et le Japon entrent dans ces catégories. Mais il est également vrai, comme le souligne M. Crosbie, que "la solidité et la stabilité de nos exportations de matières premières au Japon demeurent un facteur essentiel de notre prospérité économique."

Nos ventes de produits finals manufacturés à ce pays n'équivalent pas même à 7 pour cent de nos exportations totales; mais le Canada est très actif dans certains domaines, qui vont des hélicoptères aux équipements de bureau, et des matériels de télécommunication aux souffleries. Ces "facteurs de croissance et de diversification" sont encore renforcés par le fait que la proportion des exportations canadiennes au Japon — reflétée dans le contraste entre les ventes de produits transformés et celles de matières premières — a sensiblement augmenté. En fait, a déclaré M. Crosbie, "elles représentent maintenant environ 46 pour cent de nos exportations totales, contre 37 pour cent il y a une dizaine d'années."

Toujours selon M. Crosbie : "On entrevoit une augmentation constante de nos exportations dans le domaine des pièces à grande valeur ajoutée, des composants et des assemblages, à la suite du renforcement de nos liens avec

les entreprises japonaises."

Le renforcement de nos liens favorise nos échanges

Reconnaissant l'importance du Japon pour le Canada, et recherchant des "liens plus substantiels" avec le Japon (et d'autres nations de l'Asie Pacifique) — le premier ministre Brian Mulroney a annoncé, en octobre dernier, la mise en oeuvre de Pacific 2000. Entre autres rôles, ce programme favorisera les efforts prolongés qui visent à faire mieux connaître le Canada au Japon et à favoriser les échanges par le biais des transferts technologiques, des investissements, des relations culturelles et du tourisme. En outre, nos assises scientifiques et technologiques sont actuellement renforcées grâce à notre coopération avec des instituts de recherche japonais.

(On trouvera d'autres informations sur ces développements, y compris sur les programmes concernant les langues de l'Asie, dans les numéros suivants de *Canadexport* : tome 7, no 17, du 15 novembre 1989 :

"Horizon le monde" : Nouvelle stratégie commerciale"; tome 8, no 7 du 17 avril 1990 : Canada - un partenaire défiant le monde; tome 8, no 10, du 1er juin 1990 : les barrières commerciale au commerce ; êtes-vous capable de pénétrer le marché japonais? tome 8, no 13, du 16 juillet 1990 : Le subvention à la Fondation de l'Asie Pacifique améliore le commerce canadien dans la région.

Pour obtenir d'autres renseignements sur les débouchés commerciaux du Canada au Japon, communiquer, à AECEC, avec la Direction de l'expansion du Commerce au Japon (PNJ), 125 Promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél.: (613) 995-1281.

Le Kansai : Tokyo n'est pas l'unique centre commercial du Japon

Encore tout récemment, les gens d'affaires canadiens en visite au Japon s'aventuraient rarement en dehors de Tokyo, excepté pour faire des excursions à Kyoto et à d'autres mecsques touristiques.

Comme la plupart des étrangers au Japon, ils se heurtaient naturellement à des barrières linguistiques et culturelles lorsqu'ils cherchaient à faire des affaires sur les marchés régionaux de ce pays.

Cependant, avec la prospérité croissante du Japon, ses relations internationales

Suite à la page 6 — KANSAI