

à 15 000 en Australie et à 140 000 aux États-Unis. Pour réussir dans cette région, les Canadiens, notamment du secteur privé, doivent «apprendre davantage l'Asie».

Le programme PACIFIQUE 2000 compte quatre volets s'attaquant à ces questions :

STRATÉGIE COMMERCIALE POUR LE PACIFIQUE

FONDS POUR L'APPRENTISSAGE DES LANGUES ET DES RÉALITÉS ASIATIQUES PACIFIQUE 2000

FONDS DES PROJETS PACIFIQUE 2000

FONDS POUR LES SCIENCES ET LA TECHNOLOGIE AU JAPON

STRATÉGIE COMMERCIALE POUR LE PACIFIQUE

Cette stratégie est conçue pour faire en sorte que le Canada conserve sa part actuelle du marché dans la région, compte tenu du resserrement de la concurrence internationale, créer de nouveaux marchés pour les produits transformés et les produits finis, en réponse aux mesures d'ouverture du marché, raffermir les liens entre les sociétés canadiennes et celles d'Asie-Pacifique et attirer au Canada les investissements et les touristes de cette région. Il existe plusieurs sous-programmes.

- a) La hausse des subventions aux **activités de promotion du commerce** dans la région de l'Asie et du Pacifique est ciblée sur des secteurs prioritaires et dépend des exigences de l'industrie. Cette aide vient compléter et élargir les programmes en place, par exemple, le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), qui facilitent la participation des entreprises dans les foires et missions commerciales, les nouvelles études de marché et les activités originales de promotion des échanges. La participation des entreprises aux expositions et missions est organisée de la même façon que pour les manifestations actuellement parrainées par le PDME. (Consulter la liste des principales manifestations dans l'encart de la pochette de couverture.)
- b) Aide financière d'appui aux initiatives de **pénétration du marché par secteurs clés**. Ces initiatives seront élaborées, subventionnées et mises en oeuvre de concert avec l'industrie, les provinces et les autres ministères ou organismes gouvernementaux. Nous faisons appel au monde canadien des affaires afin qu'il participe pleinement au mécanisme d'identification des secteurs clés. Nous créerons dans les principales villes d'Asie et du Pacifique des centres permanents d'exposition afin de lancer les nouveaux exportateurs, à commencer par l'ouverture de la nouvelle ambassade de Tokyo en 1991.
- c) **Représentation commerciale élargie du Canada dans la région**. Un agent commercial sera mis en poste au bureau de la Chambre de Commerce du Canada à Taiwan, en 1990, et les autres marchés fortement prioritaires, surtout le Japon, seront couverts par des bureaux satellites.

ORIGINE DES IMPORTATIONS CANADIENNES D'ASIE

