

- surtout, s'adresser directement à la clientèle japonaise, c'est-à-dire mettre au point et adapter nos produits pour qu'ils répondent à ses besoins.

Une grande partie de ce travail doit être accomplie ici au Canada. En outre, les groupes comme le vôtre peuvent fournir le leadership nécessaire.

L'élaboration préliminaire de ces plans d'action sectoriels est déjà en cours.

En février, quelque 200 sociétés canadiennes ont participé à des ateliers dans diverses villes du pays pour s'informer sur le marché japonais des matériaux de construction à valeur ajoutée. Ces sociétés et d'autres peuvent également compter sur une étude détaillée de ce marché qui sera publiée par notre bureau commercial de Tokyo en juin - aboutissement d'une année de travail d'experts du gouvernement et du secteur privé.

La semaine prochaine aura lieu, à Vancouver, le premier de ce qui sera, nous l'espérons, une série d'ateliers tenus dans tout le pays sur le marché des aliments transformés.

Nous avons convenu avec l'Association des fabricants de pièces d'automobile (AFPA) de payer une partie du salaire d'un expert qui travaillera dans ses bureaux pour aider à la mise en oeuvre d'une stratégie plus dynamique pour le Japon. L'AFPA a déjà un comité spécial sur le Japon pour orienter ce processus.

Le Comité du partenariat Asie-Pacifique de Tourisme Canada partage les frais de la publicité générique sur le Canada au Japon, et Tourisme Canada vient de tenir une série de séminaires partout au Canada pour informer les gestionnaires d'installations touristiques des besoins et des attentes des voyageurs japonais.

La clé réside dans le leadership de l'industrie. Déjà, un certain nombre de groupes se sont manifestés :

- J'ai parlé plus tôt du Comité sur le Japon de l'AFPA et du Comité du partenariat Asie-Pacifique pour le tourisme.
- Le Comité consultatif sectoriel sur le commerce extérieur pour l'agriculture comprend le SCM - sous-comité de la Stratégie de conquête des marchés. Ses membres assistent en qualité d'observateurs à la présente conférence. Ils se rencontreront ici mardi après-midi et mercredi matin. Les membres qui ne font actuellement pas d'affaires avec le Japon ont une occasion en or de découvrir son énorme potentiel.
- Un groupe informel d'entreprises et d'associations sectorielles s'est créé dans le secteur des pêches.
- Le Conseil consultatif canadien des télécommunications accueillera les représentants de l'industrie japonaise des