

stéréotypes et pour développer notre compréhension mutuelle et notre coopération.

Pour ce qui est du commerce, l'élément clé a été, bien entendu, l'établissement d'un Plan d'action pour le Japon, que lançait mon prédécesseur, M. Michael Wilson, en mai dernier. (Nous en avons apporté des exemplaires.)

Ce plan d'action, tout en reconnaissant que les Canadiens doivent maintenir leurs exportations traditionnelles vers le Japon - bois d'oeuvre, charbon, pâte de bois, minerai de cuivre et aliments en vrac -, conclut que nous ne pourrions continuer à développer nos échanges que dans la mesure où nous saurons nous adapter au nouveau marché japonais, en lui fournissant les produits à valeur ajoutée qu'il demande.

Dans cette optique, le secteur privé, en coopération avec le gouvernement fédéral et les autorités provinciales, a arrêté des plans d'action dans sept secteurs prioritaires : aliments transformés, tourisme, informatique, pièces d'automobile, produits forestiers et autres produits de construction, aérospatiale et produits de la pêche.

Dans chacun de ces secteurs, on ne compte plus les activités, qu'il s'agisse de séminaires, d'expositions commerciales ou de missions dans l'un ou l'autre sens entre nos deux pays.

L'une de ces activités me tenait particulièrement à coeur : la mission touristique du ministère japonais des Transports au Canada. Dans une vie antérieure, où j'étais ministre du Tourisme, j'ai déployé beaucoup d'efforts pour obtenir que le Japon envoie cette prestigieuse mission au Canada, et je suis fort heureux d'avoir réussi. Elle a visité l'est du Canada et la région atlantique et rencontré des chefs de file de l'industrie canadienne du tourisme à Montréal le 21 septembre.

À cette rencontre, les deux parties ont fixé des objectifs extrêmement ambitieux : tripler le nombre des visiteurs japonais au Canada en le faisant passer de 500 000 à 1,5 million, et porter le nombre des Canadiens qui se rendent au Japon de 60 000 à 500 000. Non seulement l'atteinte de ces résultats profitera à nos industries du tourisme respectives, mais encore elle va développer la compréhension mutuelle - et contribuer à dissiper les stéréotypes dont je parlais tout à l'heure - tout en stimulant le commerce et l'investissement.

Autre exemple des partenariats qui se constituent entre nos deux pays : l'échange d'ingénieurs en techniques de fabrication.

Depuis une semaine, sept ingénieurs canadiens suivent un cours de trois mois en langue et culture japonaises. Il se rendront ensuite au Japon et travailleront jusqu'à un an dans les ateliers de grandes sociétés japonaises de fabrication, avant de