

L'industrie canadienne doit s'adapter aux nouveaux besoins du Japon en matière d'importation pour accroître sa présence dans les secteurs à forte croissance de l'économie japonaise. Pour cela, elle doit comprendre les changements du marché et les débouchés au Japon, changements qui reflètent une demande faible mais stable de matières premières et une demande de produits transformés en croissance rapide.

En fait, beaucoup d'entre vous ont déjà relevé le défi. On compte de nombreux succès réels. Maple Leaf Foods a mis au point des frites à saveur d'algue pour le marché japonais. Champion Road Graders a adapté ses cabines pour qu'elles puissent accueillir les deux opérateurs requis pour le déneigement au Japon.

Il faut que beaucoup d'autres entreprises, alliées à des partenaires japonais appropriés, s'inspirent de ces cas et des nombreux cas semblables d'entreprises qui ont su réussir dans ce domaine. Les dirigeants du gouvernement et les membres du secteur privé doivent informer les sociétés canadiennes d'une façon plus générale sur les débouchés commerciaux pour encourager l'adaptation des produits au marché japonais, établir une forte présence au Japon et nouer des relations avec des partenaires japonais au Japon, au Canada et sur des marchés tiers.

Un grand nombre de représentants du monde des affaires canadiens - dont certains sont ici aujourd'hui - ont reconnu cet impératif. Ils collaborent avec le gouvernement fédéral et les provinces pour élaborer des «plans d'action» dans sept secteurs prioritaires - les aliments transformés, les produits de la pêche, les matériaux de construction, les technologies de l'information, les pièces d'automobile, le tourisme et l'aérospatiale.

Mis ensemble, ces plans constituent un nouveau Plan d'action canadien pour le Japon - un effort concerté de la part du gouvernement fédéral et de tous les gouvernements provinciaux pour définir clairement les stratégies qui permettront à notre secteur privé de réaliser son potentiel dans ces secteurs en forte croissance qui sont hautement prioritaires.

Les descriptions préliminaires des plans d'action dans chacun de ces secteurs - certaines plus complètes que d'autres - sont incluses dans la trousse d'information que l'on peut se procurer avec des exemplaires du texte de mon allocution d'aujourd'hui.

Vous verrez que ces plans sont tous différents, selon les besoins propres à chaque secteur, mais un même thème les unit : ils préconisent tous une plus grande sensibilisation au marché japonais, qui demande à être mieux connu, la mise au point et l'adaptation des produits pour qu'ils répondent aux besoins japonais et des efforts à la fois collectifs et individuels pour