

canadiens la langue, la culture et les pratiques d'affaires du Mexique. Les diplômés du cours s'inscrivent ensuite à NEMEX, le programme Nouveaux exportateurs au Mexique. Il s'agit là d'un effort conjointement financé pour faire connaître le marché mexicain aux sociétés canadiennes qui sont prêtes à exporter.

Mais comme l'Amérique latine est plus que le Mexique, la Première ministre Campbell a annoncé des plans pour établir une Commission d'experts de l'Amérique latine et des Antilles. Cette commission indépendante comprendra des leaders du monde des affaires, du milieu universitaire et du mouvement syndical. Elle aura pour tâche de faire rapport sur la façon dont les emplois canadiens et les entreprises canadiennes peuvent être protégés dans l'ensemble de l'hémisphère.

Les secteurs privé et public collaborent déjà plus étroitement pour renforcer les relations commerciales, non seulement en Amérique du Nord mais aussi dans les dynamiques économies de l'Asie. Il y a deux jours seulement, je participais à la réunion inaugurale du Forum de coopération industrielle Canada-Japon à Toronto. C'est un forum qui forgera des partenariats mutuellement avantageux entre sociétés canadiennes et japonaises dans trois domaines de coopération industrielle, soit le commerce, l'investissement et la technologie.

Le Japon est notre deuxième plus gros marché d'exportation. Je n'ai donc pas à vous rappeler son importance pour le Canada. L'an dernier, nos exportations de marchandises au Japon ont dépassé les 7,4 milliards de dollars; cette année, elles pourraient atteindre 8,4 milliards de dollars.

Nous avons aussi préparé un Plan d'action détaillé pour le Japon en coopération avec le secteur privé, les provinces et d'autres ministères du gouvernement. Nous concentrons nos efforts sur sept secteurs, dont la technologie de l'information, les pièces automobiles et l'agro-alimentaire, pour tirer avantage de l'accroissement de la demande japonaise en importations de produits à valeur ajoutée.

Notre prospérité économique et nos emplois reposent sur l'expansion du commerce dans ces secteurs. Nous voulons créer de bons emplois qui nécessitent des travailleurs qualifiés et des professionnels pour produire des biens et des services à valeur ajoutée. C'est le principal objectif du plan général de promotion du commerce international du Canada. Pour l'atteindre, nous avons intensifié nos efforts dans un certain nombre de domaines, y compris la collecte de renseignements sur les marchés.

Nous savons que les sociétés canadiennes ont besoin d'une meilleure information commerciale et de meilleurs renseignements sur les marchés pour appuyer leur planification stratégique.