

Le logo, constitué d'une feuille d'érable, d'un plan d'eau et d'une grue, symbole de paix et de longévité associé à l'Asie, a été utilisé tout au long de l'année par plus de cinq cents organismes participants. Il a été créé par Amy Ho, étudiante de première année au programme de graphisme et de conception visuelle du Kwantlen University College, et gagnante au concours national de dessin du logo de l'ACAP ouvert aux étudiants. Amy a décroché un stage de six mois chez Ken Koo and Associates, la firme de conception graphique qui a finalisé le logo et mis au point ses spécifications techniques.

L'Année canadienne de l'Asie-Pacifique s'est terminée, bien sûr, par la réunion des dirigeants de l'APEC tenue à Vancouver, à laquelle ont participé plus de huit cents membres de la classe politique, gens d'affaires, représentants des médias et délégués de la région de l'APEC au Canada. L'ACAP a aidé les Canadiens à reconnaître l'importance de cet événement et du rôle de chef de file du Canada au sein de l'APEC.

L'importance des relations personnelles est l'une des choses que nous avons apprises cette année. Les relations de télécopieur à télécopieur ne remplaceront jamais les relations face à face.

- Hon. Sergio Marchi, ministre du Commerce international, le 18 septembre 1997

L'ACAP : une année de possibilités pour les entreprises canadiennes

L'Année canadienne de l'Asie-Pacifique a fourni aux entreprises canadiennes, de St. John's à Victoria, de nombreuses occasions d'en apprendre davantage au sujet de l'Asie-Pacifique et des possibilités qu'offre cette région. Siège de l'un des marchés les plus florissants au monde, l'Asie-Pacifique est cruciale pour les intérêts commerciaux du Canada. La région a encore certains problèmes, mais le développement économique rapide de l'Asie-Pacifique a produit une classe moyenne qui va croissant et accru la demande de biens et de services canadiens.

Il faut investir dans les infrastructures pour suivre le rythme de la croissance économique. La Banque mondiale estime que les économies en développement de l'Asie de l'Est doivent investir entre 120 et 150 milliards de dollars américains entre 1995 et 2004 dans les centrales électriques, les aqueducs, les réseaux de télécommunications, les aéroports et les ports de mer, les autoroutes et d'autres secteurs dans lesquels les industries canadiennes sont des chefs de file à l'échelle mondiale.

L'Année canadienne de l'Asie-Pacifique avait de nombreux messagers, qui ont pris différentes formes. Les associations commerciales bilatérales, les groupes industriels, les chambres de commerce, les réunions ministérielles de l'APEC et les événements spéciaux de l'ACAP ont tous aidé à faire valoir les possibilités de l'Asie-Pacifique. Un cadre de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) a souligné que, de janvier à octobre, la SEE a participé en moyenne à une activité sur l'Asie-Pacifique par 1,3 jour.