

Le consulat de Nagoya présentera pour l'assemblée à laquelle je m'adresse un intérêt tout particulier, et cela pour plusieurs raisons.

D'abord, parce qu'il sera situé dans une ville qui est l'un des centres nerveux de l'industrie automobile japonaise, une ville où se trouvent les sièges sociaux d'entreprises telles que Toyota, Kawasaki et Mitsubishi. Ces deux dernières comptent aussi parmi les plus importants fabricants japonais de l'aérospatiale. Nagoya est aussi le coeur de l'industrie japonaise des machines-outils. De nombreuses entreprises de haute technologie y ont leurs sièges sociaux, et le marché de détail de la région est en croissance. Des entreprises de la région cherchent elles aussi à s'implanter sur les marchés étrangers, ce qui en fait d'intéressants partenaires pour les entreprises canadiennes implantées sur les marchés de pays tiers.

Et ensuite, parce que le consulat de Nagoya sera le bureau canadien le plus proche de la ville de Kariya-shi, qui est jumelée à Mississauga.

Outre l'ouverture de ces consulats, nous avons nommé des délégués commerciaux honoraires dans trois grandes villes japonaises : Sapporo, Sendai et Hiroshima. Il s'agit de dirigeants d'entreprises japonais, expérimentés et respectés, qui ont accepté d'appuyer des projets commerciaux canadiens dans des régions où le Canada n'avait pas jusqu'à maintenant une forte présence.

Pourquoi avons-nous choisi cette stratégie régionale? Tout simplement parce que les entreprises canadiennes peuvent réussir plus rapidement de cette façon.

Ces régions affichent souvent un produit intérieur brut (PIB) nettement plus élevé que celui de certains pays développés. Le PIB de Kyushu, par exemple, est plus élevé que celui des Pays-Bas. Et, ensemble, les cinq régions mentionnées affichent un PIB global de plus de 1,2 billion de dollars, plus élevé que celui du Royaume-Uni, ou celui de la France, ou celui de l'Italie, ou celui du Canada.

Abstraction faite de la taille elle-même de leurs marchés, ces régions offrent plusieurs avantages pour les entreprises qui voudraient s'y implanter :

- ♦ Pour la majorité des entreprises canadiennes qui souhaitent faire des affaires au Japon, les possibilités d'alliances avec des petites et moyennes entreprises de ces régions sont plus grandes, et les appariements sont en général mieux réussis.