

DEC 3 1997

RETURN TO: DEPARTMENT OF EXTERNAL AFFAIRS
RETOURNER À: LE BUREAU DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES

Vol. 15, N° 20 — 1^{er} décembre 1997

Le gouvernement conçoit une nouvelle stratégie pour promouvoir l'investissement des pays d'Asie-Pacifique

La région de l'Asie-Pacifique englobe certains des marchés les plus diversifiés et les plus florissants au monde. Pour promouvoir l'investissement des pays les plus prometteurs d'Asie-Pacifique au Canada et pour encourager la formation d'alliances stratégiques avec des entreprises dans cette région, le gouvernement a conçu une nouvelle stratégie d'investissement, laquelle vient compléter la stratégie générale d'investissement mise en place en 1996.

La Stratégie de promotion de l'investissement des pays d'Asie-Pacifique au Canada a été présentée à Toronto, le 24 octobre dernier, par le ministre du Commerce international, M. Sergio Marchi, à l'occasion du Forum sur l'Asie de l'Est, parrainé par la Banque Hong Kong du Canada.

Soulignant que l'Année canadienne de l'Asie-Pacifique tirait à sa fin, M. Marchi a fait remarquer que les événements de l'année ne représentaient qu'une fraction des efforts soutenus du Canada en Asie. De dire M. Marchi : « Nous devons tenir tête à nos concurrents et consolider notre part de marché. »

Pourquoi l'Asie-Pacifique plutôt qu'une autre région?

Les taux de croissance moyens en Asie-Pacifique continueront d'être jusqu'à trois fois supérieurs aux taux moyens dans les pays de l'OCDE et, d'ici l'an 2000, le revenu de 400 millions de personnes dans cette région du monde correspondra au revenu médian dans les pays de l'OCDE. Par ailleurs, on prévoit qu'en l'an 2020, sept des dix économies mondiales les plus importantes seront en Asie-Pacifique. Aussi, au fur et à mesure que la démocratie, le capitalisme

et l'entrepreneuriat gagneront du terrain sur bon nombre des marchés de la région, des centaines de millions de consommateurs de la classe moyenne, qui auront un revenu disponible et qui voudront adopter un mode de vie nouveau, vont exiger un vaste éventail de produits, de services et d'infrastructures.

La Stratégie vise huit marchés, à savoir le Japon, Hong-Kong, Singapour, la Corée, la Malaisie, Taïwan, l'Australie et la Nouvelle-Zélande. « Nos efforts en vue de démontrer les avantages d'investir au Canada seront centrés sur ces marchés. Pour notre part, nous multiplierons le nombre de visites aux investisseurs potentiels, ici et à l'étranger, et consacrerons davantage de ressources à la tâche », a déclaré M. Marchi.

Que contient la Stratégie?

Pour chaque pays, on trouvera dans le document décrivant la Stratégie les objectifs en matière d'investissement, une description des caractéristiques de l'économie, une liste des secteurs d'activité sur lesquels devraient porter les efforts, les principaux défis, et des suggestions pour la mise en oeuvre d'un programme

de promotion de l'investissement. Les annexes du document portent sur les liens entre les échanges et l'investissement et donnent des techniques générales de promotion de l'investissement.

Le Japon, qui est de loin l'économie la plus avancée et le moteur économique de l'Asie, est en outre le principal partenaire asiatique du Canada sur le plan des échanges et de l'investissement. C'est également lui qui présente les meilleures possibilités de coopération avec le Canada pour la réalisation de projets dans d'autres pays d'Asie. Pour le Canada, le défi consiste à convaincre

Voir page 5 — Une nouvelle stratégie

CanadExport EN DIRECT

<http://www.dfait-maeci.gc.ca/francais/news/newsletr/canex>

DANS CE NUMÉRO

Au fil des initiatives	2
Les institutions financières internationales	3
Nouvel exportateur du mois	4
CAHIER SPÉCIAL SUR L'INDE	I-VIII
Occasions d'affaires	6
Foires commerciales	7
Au calendrier	8