

plan. Il en découle de nouveaux enjeux et de nouvelles possibilités pour les entreprises aérospatiales canadiennes.

- La compétence canadienne dans les domaines comme la conception et la construction d'aéroports, les systèmes de contrôle du trafic aérien et autres équipements de servitude au sol, sera certainement recherchée.
- Le Plan d'action concentre les efforts sur une plus grande sensibilisation à l'égard des exigences techniques japonaises et encourage les partenariats stratégiques et les projets de recherche en collaboration ainsi que l'établissement de liens de sous-traitance avec des manufacturiers japonais.
- L'Association des industries aérospatiales du Canada jouera un rôle de chef de file dans cet effort et assurera la liaison avec la société des entreprises japonaises de l'aérospatiale.

6) Tourisme

- Avec des dépenses touristiques record de 451 millions de dollars au Canada en 1993, le Japon est maintenant devenu notre plus important marché outre-mer. La même année, les séjours à long terme de visiteurs japonais au Canada ont augmenté de 4,1 p. 100, et les séjours toutes catégories confondues ont connu une hausse de 2 p. 100 pour atteindre 505 812. Les visiteurs japonais sont, parmi les touristes, ceux qui dépensent le plus par jour, soit 157 dollars en moyenne en 1993.
- À la suite d'une mission touristique du gouvernement japonais au Canada en septembre 1993, on a créé le Comité Canada afin de mettre au point un certain nombre de stratégies en vue de tripler le nombre de visiteurs voyageant entre le Canada et le Japon pour qu'il atteigne le chiffre de 2 millions de visiteurs par an.
- Les avantages économiques qui découleraient du succès de ces stratégies - qui, au Canada, se concrétiseraient par trois fois plus d'arrivées du Japon, soit 1,5 million de visiteurs par an - seraient énormes. Un milliard de dollars supplémentaires seraient injectés dans l'économie canadienne chaque année, entraînant la création de 20 000 emplois.
- Au nombre de ces stratégies figurent la promotion, par les principales lignes aériennes canadiennes, du tourisme au Canada durant les périodes hors saison; l'élaboration d'un programme complet de sensibilisation aux différences interculturelles et de formation connexe destiné aux divers