

Si l'on tient compte des taux de change actuels, le PNB par habitant au Japon dépasse déjà celui des États-Unis, et au moins quatre NPI (nouveaux pays industriels : Singapour, Hong Kong, Taïwan et la Corée) de la région Asie-Pacifique ont déjà un PNB par habitant équivalent ou supérieur à ceux du Portugal, de la Turquie, de l'Irlande, de la Grèce et de l'Espagne.

D'après certaines évaluations, d'ici la fin du siècle, la région connaîtra une telle croissance que son PNB représentera plus de 50 p. 100 du PNB mondial. Cette région sera aussi à l'origine de 40 p. 100 de la consommation mondiale et de 70 pour cent des échanges commerciaux de la planète et elle abritera 60 p. 100 de la population du globe.

Les échanges commerciaux avec les pays du Pacifique ont déjà augmenté de façon phénoménale. Les relations commerciales du Canada et des États-Unis avec les pays du Pacifique surpassent maintenant celles qu'ils entretiennent avec l'Europe. Par ailleurs, plusieurs pays en développement dans la région, notamment la Thaïlande, les Philippines, la Malaisie et le Mexique, commencent à s'ouvrir sur l'extérieur, grâce à leur production industrielle et à leurs échanges commerciaux, imitant en cela Taïwan et Hong Kong, qui ont privilégié le secteur de la fabrication légère et la production de biens de consommation nécessitant une forte intensité de main-d'oeuvre; ils concurrenceront les manufacturiers canadiens, mais leur fourniront aussi des débouchés. Les entreprises canadiennes ont toutefois connu des hauts et des bas dans la région Asie-Pacifique. Certes, le Canada continue d'exporter avec succès des matières premières au Japon et il a réussi à obtenir certains investissements directs du Japon et de la Corée, notamment dans des usines de montage de biens manufacturés destinés au marché intérieur ou dans le secteur de l'extraction des ressources, mais il n'a pas réussi à vendre ses biens manufacturés ou ses services dans les pays de la région Asie-Pacifique.

Pour que les entreprises canadiennes puissent exporter des produits manufacturés à forte valeur ajoutée dans les pays du bassin du Pacifique, le gouvernement du Canada a annoncé que le commerce avec la région du Pacifique serait l'un des «trois piliers» de sa stratégie commerciale baptisée «Horizon le monde».

La stratégie commerciale «Pacifique 2000» est assortie des objectifs suivants:

- renforcer et améliorer la présence et la représentation commerciale du Canada sur les principaux marchés de la région Asie-Pacifique;
- organiser des foires commerciales à grand rayonnement dans des secteurs qui offrent beaucoup de potentiel pour l'expansion des exportations canadiennes, notamment celles des petites et moyennes entreprises;
- multiplier les liens qu'entretiennent le Canada et le Japon dans le domaine des sciences et de la technologie, de façon que, ensemble, ils puissent faire des découvertes technologiques et participer à des projets stratégiques dans des secteurs clés d'importance nationale;
- aider les chefs d'entreprises canadiens à améliorer leur connaissance des langues et de la culture asiatiques, pour les aider à mieux saisir les possibilités que leur offre la région.