

DOCS  
A1  
EA  
C16f  
. 12  
Apr 1,  
1994

# CANADEXPORT

Vol. 12 N°6

Dept. of External Affairs, 1994

MINISTRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES

MAR 30 1994

## Rapport d'étape

# Plan d'action du Canada pour le Japon

*Tout le monde parle du Japon, mais personne ne bouge, sauf les exportateurs canadiens les plus avisés!*

Les exportations du Canada sur son deuxième marché en importance, le Japon, ont chuté de plus d'un milliard de dollars en 1991 pour ne connaître qu'un léger redressement en 1992. En 1993, le Canada a rattrapé le milliard de dollars perdu, et davantage!

Qu'est-ce qui caractérise le commerce du Canada avec son partenaire d'outre-mer le plus important? La réponse revêt deux aspects. Bien sûr, les fortes fluctuations du prix des marchandises représentent un facteur de taille et il est manifeste, depuis un certain temps, que les perspectives à long terme qui s'offrent aux exportations traditionnelles de produits canadiens semi-transformés demeureront assez fermées, voire se réduiront encore, tandis que le Japon continuera d'accroître ses importations

de produits à valeur ajoutée.

Les sociétés canadiennes qui ont compris cette tendance connaissent un succès réel sur le marché japonais de produits fabriqués et de services spécialisés. Cette participation aux segments de croissance du marché permettra aux Canadiens, à terme, de se trouver en bonne position pour continuer leur progression sur les marchés de l'Asie-Pacifique et des autres parties du monde. Le PLAN D'ACTION, annoncé au printemps dernier, est une initiative de coopération destinée à mieux harmoniser les services d'aide et d'information fournis par le gouvernement au secteur privé avec les besoins de développement et d'amélioration des affaires avec le Japon.

Une analyse du marché japonais et des capacités industrielles du Canada a servi de point de départ. Sept secteurs prioritaires ont été mis en évidence :

produits de construction, produits de pêche, produits transformés, pièces d'automobile, aérospatiale, technologie de l'information et tourisme.

Les trois principaux objectifs du PLAN D'ACTION DU CANADA POUR LE JAPON sont les suivants :

- faire prendre conscience de la dynamique du marché nippon;
- adapter les produits à cette évolution;
- relever les défis de commercialisation que pose cette évolution au Japon.

## Le point sur l'Indonésie

Un supplément de 12 pages

### Bilan provisoire

La clé de la réussite du PLAN réside dans la coopération, c'est-à-dire le travail d'équipe. Les meneurs de bal, ce sont des groupes de l'industrie, représentant chacun des secteurs prioritaires. Dans certains cas, il s'agit de coalitions d'associations industrielles et, dans d'autres, de groupes du secteur privé ayant décidé de conjuguer leurs efforts pour s'attaquer au marché japonais. Les aides de camp, ce sont des équipes de fonctionnaires mises sur pied par les gouvernements fédéral et pro-

(Voir page 4 — Plan d'action)

## BCNet : Un réseau au-delà des frontières

Partenariats. Mondialisation. Échange d'informations

Voilà les stratégies garantes du succès dans la décennie des années 90.

Comment une petite ou moyenne entreprise peut-elle obtenir les informations et les capitaux dont elle a besoin pour conclure des accords de partenariat et pour adopter une démarche planétaire?

Comment un entrepreneur déjà surchargé de travail peut-il trouver le temps et les fonds dont il a besoin afin de trouver la société avec laquelle il a intérêt à faire affaire?

Le Réseau d'alliances stratégiques (désigné sous son sigle anglais BCNet -

Business Cooperation Network) fournit des réponses concrètes à ces questions. BCNet est un service international de recherche de partenaires récemment importé de l'Union européenne au Canada par Industrie Canada et par le MAECI, en coopération avec les gouvernements de l'Ontario, du Québec, de la Colombie-Britannique et de la Nouvelle-Écosse.

La Chambre de commerce du Canada a joué un rôle directeur pour ce qui est de gérer la mise en place de ce service, qui constitue un instrument confidentiel, à prix abordable, opportun et efficace en vue de la recherche d'éventuels par-

(Voir page 2 — BCNet)

### DANS CE NUMÉRO

OCCASIONS D'AFFAIRES.....	3
SÉMINAIRES.....	3
LE GG À HONG KONG ET EN CHINE.....	4