

y sont offerts, grâce à la diffusion rapide de bons renseignements sur les marchés;

- le deuxième consiste à encourager l'adaptation des produits en fonction des besoins du marché japonais;
- le troisième consiste à promouvoir plus efficacement nos produits sur le marché.

Le *Plan d'action* ne constitue pas une liste exclusive; il représente un premier bon effort pour penser de manière stratégique et pour axer nos ressources collectives sur des objectifs communs.

Le Canada est fermement engagé à approfondir ses relations commerciales et économiques avec les pays de la région Asie-Pacifique — un engagement confirmé par notre participation active à l'APEC. Nous sommes déterminés à jouer un rôle dans la profonde transformation en cours.

Mais de tous les pays de la région, le Japon n'est pas seulement notre plus vieux et plus important partenaire; il est, à bien des égards, la clé de nouveaux partenariats avec l'ensemble de la région. Les gens d'affaires canadiens doivent comprendre les changements profonds qui sont en train de transformer le marché japonais, tout en profitant des possibilités qu'ils présentent.

C'est précisément ce que font déjà un grand nombre d'entreprises canadiennes; mais il y en a aussi un grand nombre qui entrevoient à peine l'énorme potentiel offert par ce marché. L'enjeu est non seulement notre présence au Japon, mais aussi notre présence dans l'ensemble de l'Asie.

Merci.