

rencontre à Vancouver à la fin d'avril, a si aimablement offert que le MITI et la JETRO collaborent avec mon personnel et avec notre ambassade à Tokyo pour faciliter le lancement de ce programme d'études de marché.

Notre Initiative Pacifique 2000 est un énorme défi pour le Canada; mais les possibilités sont encore plus impressionnantes. Et je sais que vous jouerez tous un rôle vital dans l'obtention de résultats positifs et mutuellement avantageux.

Je me suis jusqu'à maintenant concentré sur le fait que le Canada est en train de se donner une vocation commerciale globale. Mais nous savons que le Japon subit actuellement un changement aussi sinon plus profond.

Le rééquilibrage monétaire, le rapport Maekawa sur la promotion de la réforme industrielle et le déménagement à l'étranger de certaines installations de production ne sont que quelques-unes des mesures qui sont en train de modifier profondément votre pays en le faisant passer d'une économie axée sur l'exportation à une économie axée sur la demande intérieure - une transformation qui est souvent mal comprise par vos partenaires commerciaux.

Si notre importante et dynamique relation bilatérale représente déjà quelque 18 milliards \$ par année, je crois que ce sont les changements qui surviennent dans nos deux pays qui nous permettront de réaliser pleinement notre potentiel.

Prenons par exemple notre commerce des produits agricoles, alimentaires et halieutiques.

Dans le secteur de la viande de boeuf, les mesures que vous avez récemment prises pour libéraliser le commerce signifient que le Japon est maintenant le plus important marché potentiel pour nos producteurs. Nous entendons exploiter ce marché et combler un plus fort pourcentage de vos besoins.

Nous encouragerons le gouvernement japonais à ouvrir son marché aux importations de pommes fraîches et de foin en balles, qui sont actuellement interdites. L'exportation de ces produits pourrait valoir plus de 400 millions \$ par année. Nous espérons aussi qu'une solution technique permettra de répondre aux préoccupations phytosanitaires japonaises.

Il y a eu une progression remarquable de nos ventes dans un grand nombre de secteurs de l'alimentation. Le Canada se classe maintenant au 5e rang des fournisseurs d'aliments au Japon. Nos exportations de produits de la pêche sont en plein essor. Nos pommes de terre frites ont accaparé 15% de l'ensemble du marché japonais. Cette année, la vente d'un nombre étonnant de produits alimentaires canadiens - des mélanges à pain à l'eau en bouteille