

## 4. LES SECTEURS

### A. Les produits et systèmes de la technologie de pointe

Le gouvernement central, les administrations provinciales et les grandes villes de Chine de même que Hong Kong se sont tous donné pour priorité d'intégrer la technologie de pointe dans leur économie. Malgré une concurrence féroce aux niveaux local et international, la Chine et Hong Kong offrent des occasions intéressantes aux entreprises canadiennes qui proposent une technologie unique en son genre ou qui occupent un créneau particulier.

Vu la lenteur des démarches et les nombreuses visites nécessaires afin d'établir des relations commerciales fructueuses, le prix à payer pour mener des affaires en Chine est très élevé. L'obligation d'obtenir du financement et de faire approuver ses projets à l'échelle provinciale ou nationale constitue un défi permanent. Le manque de protection de la propriété intellectuelle, le mode d'octroi des permis et des tarifs douaniers relativement élevés constituent d'autres obstacles que l'accession éventuelle de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce pourrait réduire ou supprimer.

Pour réussir sur ce marché complexe et très concurrentiel, il est indispensable d'être représenté sur place ou de disposer d'un agent ou distributeur compétent, de bonne réputation et choisi avec soin. Les exportateurs canadiens devraient se concentrer sur les grandes foires et conférences commerciales qui ont lieu en Chine et à Hong Kong. Les manifestations de ce genre, dont le nombre se multiplie

d'année en année, notamment en Chine, offrent pour la plupart des avantages négligeables.

Dans le domaine de la technologie de pointe, les débouchés se situent dans trois grands sous-secteurs :

- i. les télécommunications;
- ii. l'espace; et
- iii. les ordinateurs et les logiciels.

#### i. Les télécommunications

##### *Contexte commercial*

En Chine, le développement du secteur des télécommunications revêt une importance capitale sur les plans social et économique et sur celui de la sécurité nationale. La mise en place du réseau de télécommunications a progressé rapidement depuis les importantes réformes effectuées dans le secteur à partir de 1989. À la fin de 1995, 85,1 millions de lignes avaient été installées. Le nombre des abonnés au téléphone s'est multiplié par plus de six pour atteindre 44,32 millions, ce qui représente un taux de pénétration de 17 p. 100 dans les villes et de 4,66 p. 100 à la campagne. La Chine prévoit doubler sa capacité pour atteindre 170 millions de lignes et envisage un taux de pénétration national de 10 p. 100 d'ici l'an 2000, ce qui lui donnerait plus de 120 millions d'abonnés dont 18 millions d'utilisateurs du téléphone mobile.

La clé du succès de la commercialisation et des ventes en Chine réside dans la compréhension du processus de planification quinquennale et à long terme