

## SURVOL DU MARCHÉ

Au cours des deux dernières décennies, Taïwan a réussi à se hisser au troisième rang des pays d'Asie les plus industrialisés, après le Japon et la Corée. Afin de faire face aux pressions commerciales internationales, Taïwan a entrepris de libéraliser systématiquement son économie et de réduire les tarifs applicables à un certain nombre de produits dont la vente était auparavant réglementée ou interdite. Les mesures entreprises par les autorités taïwanaises pour instaurer une économie ouverte s'inscrivent dans le cadre d'une démarche pragmatique visant à joindre les rangs de l'organisme commercial mondial, l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT). Dans le passé, la plupart des exportateurs canadiens de poissons et fruits de mer n'avaient pas idée des nombreux débouchés offerts par le marché taïwanais; aujourd'hui, ils devraient commencer à envisager des stratégies de commercialisation axées sur ce marché.

Depuis quelques années, les réserves de Taïwan en devises étrangères surpassent celles de tous les autres pays. Ce pays est donc tout à fait en mesure de financer et de subventionner des activités commerciales internationales. De plus, de nombreux importateurs et courtiers taïwanais ont démontré qu'ils étaient capables de respecter leurs contrats et autres engagements commerciaux. Les exportateurs canadiens ne doivent pas considérer Taïwan comme un marché à court terme où ils pourront écouler rapidement leurs produits de la pêche. Au contraire, ils doivent profiter de l'occasion qui leur est offerte pour établir et entretenir des relations commerciales durables avec leurs partenaires taïwanais. Ils doivent consacrer le temps et les ressources nécessaires pour se familiariser avec tous les aspects du marché taïwanais. On leur conseille de rencontrer des agents et courtiers afin de s'initier au réseau de distribution taïwanais et acquérir un bon aperçu du marché. Bref, le marché taïwanais des produits de la pêche est un nouveau marché prometteur pour les exportateurs. Toutefois, dans ce pays, les visites fréquentes et les rapports directs avec les clients sont essentiels à l'établissement de relations commerciales durables.