

Marchés régionaux

La Chine est un pays énorme aux prises avec une infrastructure complexe. L'obtention d'un débouché dans une partie du pays ne garantit pas le succès ailleurs.

- Il est préférable de considérer la Chine comme un groupe de vastes marchés régionaux. La population et l'étendue de nombreuses provinces chinoises ressemblent à celles de pays d'Europe. Considérez le marché chinois comme celui de la Communauté européenne, soit comme une mosaïque de marchés ayant chacun ses caractéristiques distinctives.
- Il est recommandé aux exportateurs de se concentrer sur un des marchés régionaux de la Chine plutôt que sur l'ensemble du pays. Une société qui réussit bien dans une grande région métropolitaine (comme Beijing, Shanghai, Chongqing) pourrait même ne pas avoir besoin d'explorer d'autres régions pour accroître ses affaires.
- Il se produit actuellement en Chine une décentralisation du pouvoir d'achat et d'approvisionnement. Les provinces et les grandes villes jouissent de plus de liberté que jamais pour gérer leurs affaires. Il est donc d'autant plus important de cultiver des relations avec les décideurs locaux. Les études de marché doivent viser à cerner la bonne région pour se lancer sur ce vaste marché.
- L'infrastructure faible de la Chine met hors de portée de nombreuses régions qui pourraient sembler attrayantes à un exportateur. Si vous établissez une usine dans l'intérieur du pays, où les taux de main-d'oeuvre sont faibles, vous découvrirez peut-être qu'il est impossible d'importer des fournitures et d'exporter vos produits assez rapidement pour assurer la rentabilité de votre entreprise. Les routes, les chemins de fer et les voies de communication de la Chine n'ont pas évolué au même rythme que la population et les besoins de développement du pays. Il est donc important, dans votre plan d'entreprise, de vous concentrer sur une région particulière ou un secteur unifié dans lequel vous pouvez véritablement mettre en marché vos produits ou services.
- La modernisation de l'infrastructure, pour aider à créer un marché véritablement national, constitue une priorité du gouvernement chinois, qui souhaite une participation étrangère à cette entreprise. Une des grandes réussites récentes de la Chine a été le développement des télécommunications, secteur dans lequel de grandes entreprises internationales se font maintenant concurrence, en plus d'affronter la concurrence de l'industrie intérieure, dynamique et en plein essor. Routes et ponts, chemins de fer et aéroports, formation technique, ont aussi leur importance. Les entreprises qui oeuvrent dans ces domaines voudront peut-être explorer l'application de leurs compétences en Chine.