

Il existe des perspectives prometteuses dans le sous-secteur des produits alimentaires manufacturés, malgré les obstacles à l'importation et la réglementation, et en dépit d'une vive concurrence. Les stratégies d'exportation doivent tenir compte du fait que la Chine constitue non pas un vaste marché unique mais de nombreux marchés régionaux. Pour atteindre les clientèles cibles, les exportateurs doivent offrir les articles en demande à des prix compétitifs et disposer d'un bon réseau de distribution. Certains exportateurs canadiens de ginseng, d'oléagineux, de bœuf, porc et volaille, de poissons et fruits de mer, de boissons et de confiseries se sont bien tirés d'affaire en se servant de Hong Kong comme d'un entrepôt pour les marchandises destinées à la Chine méridionale et à d'autres marchés régionaux.

Obstacles

Un manque de transparence dans la réglementation et un système juridique qui commence à peine à prendre forme, notamment en ce qui concerne les contrats et le mode de possession des terres, représentent des obstacles, tout comme les barrières tarifaires et non tarifaires et la faiblesse des mécanismes de crédit et de paiement qui obligent les fournisseurs à engager d'importants capitaux.

Sur le plan de la réglementation, les dispositions législatives en matière d'étiquetage sont très difficiles à respecter, et le système de prise de décision est arbitraire.

Malgré les réductions tarifaires sur certains produits importés dont on a beaucoup parlé, la Chine constitue encore un marché

à tarif douanier élevé, ce qui tend à décourager les importations au profit de la fabrication locale. Pour ajouter à la confusion, la Chine a imposé un contingent tarifaire à l'égard de nombreux produits que les exportateurs canadiens sont intéressés à lui vendre, dont le blé.

Le manque d'installations frigorifiques fiables de même que le mauvais état et la congestion des routes, des chemins de fer, des ports et des aéroports posent également de graves problèmes aux entreprises canadiennes qui veulent assurer un approvisionnement constant de leurs exportations en Chine.

Comparativement au reste de la Chine, Hong Kong est un marché où les barrières officielles sont à peu près inexistantes, mais qui est aussi très congestionné.

Le Canada doit aussi affronter la vive concurrence que lui livrent, entre autres, les fournisseurs des États-Unis, de l'Australie, de la Nouvelle-Zélande et de l'Union européenne. Les fournisseurs américains et australiens sont bien implantés dans certaines régions après des années d'investissement de la part de sociétés nationales et d'associations industrielles. Les fournisseurs canadiens doivent faire preuve de dynamisme et de créativité afin de pénétrer ces marchés et de s'y maintenir.

ii. Les poissons et fruits de mer

Contexte commercial

La Chine est le leader mondial dans les produits de la pêche; ses prises, qui se sont élevées à 23,5 millions de tonnes en 1995, devraient atteindre 28 millions de