



Résumé

L'économie de la Chine a plus que quadruplé depuis le début des réformes économiques et de l'ouverture des marchés, en 1978. Déjà au septième rang mondial pour la taille de son produit intérieur brut et, avec ses 1,3 milliard d'habitants, la Chine est en passe de devenir le plus grand marché de consommation au monde. La Chine et Hong Kong, maintenant unis en vertu du principe « un pays, deux régimes », s'imposent comme le moteur économique de la région de l'Asie-Pacifique, ce qui accroît d'autant plus leur importance politique. Il n'est donc pas surprenant que de plus en plus de sociétés canadiennes, dont des petites et moyennes entreprises, se tournent vers la Chine et Hong Kong en tant que marchés éventuels.

La Chine et Hong Kong présentent d'importants débouchés commerciaux éventuels aux entreprises canadiennes, qui s'accompagnent cependant d'obstacles tout aussi considérables. Le contexte commercial hautement complexe ainsi que la culture et la façon de faire des affaires en Chine peuvent intimider les nouvelles entreprises prêtes à exporter — et même les entreprises prêtes à exporter qui sont très expérimentées. Les exportateurs canadiens ont d'autant plus de chances de percer sur le marché chinois qu'ils sont concurrentiels sur le plan des prix et de la qualité, prêts à mener de longues négociations, déterminés à exploiter le marché à long terme, et dotés d'une expérience diversifiée du développement des échanges commerciaux internationaux.

L'augmentation rapide du nombre d'entreprises canadiennes qui exportent actuellement des biens et des services vers la Chine et Hong Kong, ou qui envisagent de le faire, a considérablement affaibli la capacité du gouvernement d'appuyer les exportateurs. Cette dernière édition du *Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong* a été élaborée, en consultation avec le secteur privé, pour utiliser de façon plus stratégique les ressources limitées en concentrant les entreprises canadiennes dans des secteurs où elles ont le plus de chances de réussir en affaires.

Pour les entreprises canadiennes désireuses d'améliorer leur accès au marché de la Chine et de Hong Kong, le Plan est un outil d'affaires précieux. Il met en évidence les neuf secteurs les plus prometteurs pour les exportateurs canadiens, soit l'agriculture, les produits alimentaires, les pêcheries et les secteurs connexes; les produits et les services de construction; les services d'éducation et de formation; l'énergie électrique; l'environnement; la foresterie ainsi que les pâtes et papiers; les technologies de l'information et les télécommunications; les ressources naturelles; les transports.

Chaque description de secteur expose des informations commerciales, des débouchés à exploiter et des contraintes à surmonter. Le Plan décrit également comment le Service des délégués commerciaux du Canada sera renforcé dans ces secteurs clés, afin d'encourager les entreprises à profiter au maximum des connaissances et des compétences des délégués commerciaux en poste au Canada, en Chine et à Hong Kong. De plus, il met en vedette trois nouveaux secteurs qui présentent des débouchés extérieurs à forte croissance, notamment les industries culturelles, les services financiers et les industries de la santé. Les exportateurs désireux d'exploiter des créneaux dans d'autres secteurs continueront d'être appuyés sur demande, dans la mesure où les ressources le permettront. Le Plan décrit enfin un certain nombre d'importants marchés régionaux en Chine.

Le *Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong* continuera d'être révisé et réédité tous les deux ans, après consultation de tous les intéressés. Il reflète la volonté du gouvernement fédéral d'aider les milieux d'affaires au Canada à développer leurs échanges internationaux et de leur fournir une information économique de pointe sur ce marché dynamique en évolution constante.