

## **1. SOMMAIRE**

Depuis 1978, année où la Chine décidait de procéder à une réforme de son économie et de s'ouvrir au monde, la taille de l'économie de ce pays a quadruplé. Classée au septième rang des économies nationales selon son produit intérieur brut (PIB) avant même que ne lui revienne la pleine souveraineté sur Hong Kong, la Chine s'impose déjà comme le moteur économique de la région de l'Asie-Pacifique, ce qui accroît d'autant son importance politique.

Si la Chine et Hong Kong représentent un marché très intéressant pour les entreprises canadiennes, elles présentent un défi de taille. Le Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong fournit un cadre stratégique à l'intérieur duquel le gouvernement et les gens d'affaires peuvent collaborer dans la poursuite de l'objectif de 20 milliards de dollars d'échanges bilatéraux entre le Canada et la Chine/Hong Kong, fixé par le Premier ministre Jean Chrétien et son homologue chinois Li Peng en novembre 1994.

Compte tenu de son approche en matière de développement économique, notamment au regard de l'entrepreneuriat et des relations économiques, et de la richesse de ses ressources naturelles et humaines, la Chine est devenue un partenaire commercial de choix pour de nombreux pays. Les exportateurs canadiens ont toutes les chances de réussir sur le marché chinois pour peu qu'ils soient capables de soutenir la concurrence relativement aux prix et à la qualité des produits et services offerts, qu'ils soient prêts à négocier longuement, qu'ils envisagent les choses dans une perspective à long terme et qu'ils possèdent une expérience diversifiée de la recherche de clients étrangers.

Le Plan passe en revue 14 secteurs clés où se situent les occasions d'affaires les plus prometteuses pour les exportateurs canadiens, et il décrit les services de qualité supérieure offerts dans ces secteurs. Les exportateurs qui s'intéressent à des créneaux faisant partie d'autres secteurs continueront de bénéficier d'une assistance sur demande et selon la disponibilité des ressources.

Les renseignements sur le marché regroupés dans le Plan doivent aider les gens d'affaires à se doter de stratégies d'exportation et à être en mesure de tirer pleinement profit des connaissances et des compétences des délégués commerciaux au Canada, en Chine et à Hong Kong.

Une nouvelle version du Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong sera établie chaque année après consultation de tous les intéressés afin de tenir compte de l'évolution du marché et d'y incorporer les modifications éventuellement apportées à la stratégie de promotion du commerce.