

### 3. CONTEXTE COMMERCIAL

Dans son Neuvième Plan quinquennal (1996-2000) annoncé au printemps de 1996, la Chine met l'accent sur la stabilité économique et sociale plutôt que sur des réformes radicales, et elle favorise un renforcement du contrôle macro-économique par le gouvernement central et une utilisation efficace des capacités existantes avant d'en élaborer de nouvelles. Ses grands objectifs prioritaires consistent à accroître la production alimentaire et à renforcer le secteur agricole; à procéder à une réforme progressive des entreprises d'État qui représentent toujours une forte proportion de la structure industrielle du pays; à voir au développement des sciences et de la technologie en faveur du développement économique; et à combler en partie le fossé existant entre les régions côtières industrialisées et les régions plus pauvres de l'intérieur. Les secteurs d'exportation prioritaires pour le Canada concordent avec les besoins de la Chine en matière de biens, de services et de techniques importés, particulièrement dans les secteurs de l'agriculture et de l'industrie agroalimentaire, de l'infrastructure (énergie, transports et télécommunications) et de la protection de l'environnement.

Si le gouvernement central à Beijing continue de jouer un rôle prépondérant dans la direction de l'économie et dans l'établissement des priorités, il reste que la Chine se compose aussi de différents marchés régionaux dont chacun a des traits géographiques, une culture et des dialectes, une structure économique, un niveau de développement et des perspectives de croissance qui lui sont propres.

De récentes études de marché ont permis d'établir qu'outre le territoire très développé de Hong Kong, la Chine compte plusieurs marchés régionaux importants dont chacun a une population de plus de 100 millions d'habitants et un produit intérieur brut excédant 27 milliards de dollars. Voici ces régions : 1) La Chine du Nord-Est (où se trouvent les provinces de Heilongjiang, de Jilin et de Liaoning); 2) la grande région de Beijing (Hebei, Beijing, Tianjin et Shandong); 3) les provinces du Centre (Shaanxi, Henan, Hubei, Anhui, Hunan et Jiangxi); 4) le bassin du Sichuan; 5) Shanghai et la Chine orientale (Shanghai, Jiangsu et Zhejiang); et 6) la Chine méridionale (Guangdong, Fujian et Hainan).

Dans chacune de ces régions, ce qui importe d'abord et avant tout, c'est de trouver le client, l'agent/distributeur, le représentant ou le partenaire de coentreprise qui convient. Quand on traite des affaires en Chine, il est généralement indispensable de s'engager à long terme pour que l'opération soit vraiment rentable.

Le fait que le marché demeure très protégé est la principale difficulté que doivent s'attendre à rencontrer les entreprises canadiennes qui envisagent de faire des affaires en Chine. Les barrières non tarifaires, notamment les nouveaux contingents tarifaires visant certains produits agricoles de base, sont nombreuses, et les obstacles administratifs, énormes.