

Colloque sur les débouchés à Taiwan

(Suite de la page 1)

remarquable d'adaptation aux besoins du marché et à la culture du pays.

Les aliments santé, en particulier ceux d'origine naturelle comme le miel et le sirop d'érable, sont des produits recherchés (qui se vendent à bon prix) sur le marché taiwanais. En 1995, les exportations de sirop d'érable vers Taiwan étaient évaluées à 1,6 million de \$.

« Le colza est un produit qui commence à peine à se faire connaître » affirme M. Stephens, « mais la valeur de ce marché (y compris le colza vendu en vrac, emballé ou en grains) pourrait atteindre 100 millions de \$ en l'an 2000. »

Les ventes de poissons et fruits de mer canadiens à Taiwan, « depuis le homard vivant jusqu'à la goberge de fond, ont totalisé 19 millions de \$ en 1995 », toujours selon M. Stephens. « Les ventes de poissons et fruits de mer pourraient atteindre 35 millions de \$ en l'an 2000. »

Les exportations de bœuf canadien, évaluées à 3,6 millions de \$ en 1995, pourraient grimper à 20 millions de \$ en l'an 2000. Quant au marché du porc canadien, il s'établit pour sa part aux environs de 2 millions de \$.

Sans oublier la place que s'est taillée, dans un petit créneau unique du marché taiwanais, une entreprise de la Colombie-Britannique qui exporte des aliments secs pour chiens.

Des débouchés haut de gamme

Mais tous les débouchés qui s'offrent n'ont pas un caractère aussi hermétique.

Taiwan « évolue vers le haut de l'échelle, vers la R-D (recherche et développement) et les secteurs à forte concentration d'expertise, domaines dans lesquels les entreprises canadiennes sont très compétentes », affirmait M. Stephens.

Il s'agit notamment de domaines comme l'équipement informatique, les cartes-mères d'ordinateur et les périphériques. « Les Canadiens sont forts en informatique » déclarait M. Stephens, et comme il le soulignait, les entreprises canadiennes et taiwanaises pourraient « partager » leur savoir-faire dans ce domaine.

M. Stephens ajoutait que « la

biotechnologie (y compris les produits pharmaceutiques) est une branche très prometteuse de la R-D. Les technologies de l'information et les télécommunications sont d'autres secteurs de recherche importants. »

Autres secteurs de croissance

Le marché de la téléphonie cellulaire est en plein essor. Nortel a récemment complété la première phase (et pourrait obtenir le contrat pour la deuxième) d'un projet de construction de 360 stations de répéteurs.

Dans le secteur des transports, Bombardier est sur les rangs des soumissionnaires en vue de la construction d'un système léger sur rail reliant Taipei et son aéroport international; les avions DASH sont très en demande chez les transporteurs aériens de Taiwan, 16 appareils ont déjà été commandés et l'achat de 6 autres DASH-400 est prévu. Il y a aussi un marché pour les pièces d'aéronef.

Les exportations de pièces automobiles à Taiwan ont totalisé 120 millions de \$ en 1995 et les exportations de papier s'établissent à 400 millions de \$.

Dans le secteur de l'environnement, « il n'y a pas de contrats de grande envergure, seulement de petits contrats » disait M. Stephens, « mais il faut faire quelque chose pour résoudre le problème de la pollution chronique de l'air. » Le traitement et l'élimination des déchets solides et des eaux usées sont d'autres secteurs qui exigent des mesures. « La classe moyenne devient de plus en plus à l'aise à Taiwan, rapportait M. Stephens. Le revenu par habitant s'élève à 13 500 \$ US. Les besoins des Taiwanais sont très semblables aux nôtres. »

C'est peut-être ce qui explique l'intérêt croissant qu'ils portent aux maisons canadiennes. Comme le signalait M. Stephens, « le marché du bois d'œuvre, des bâtiments à ossature de bois et des maisons préfabriquées est en train de devenir très actif » et, précisait-il, « le marché des produits de construction est encore très nouveau ».

Le marché des boissons alcoolisées canadiennes revêt aussi un intérêt pour les consommateurs taiwanais. L'an dernier, les exportations de bois-

sons alcoolisées à Taiwan se chiffraient à 4 millions de \$.

Secteurs-cibles des efforts de promotion du BCCT

Encore que toutes les avenues qui pourraient contribuer à accroître le commerce avec Taiwan seront explorées (y compris les investissements taiwanais au Canada), M. Stephens révélait que « le Bureau du commerce canadien à Taipei a défini six secteurs jugés prioritaires : la technologie de l'information et les télécommunications; les transports (aériens et terrestres); le matériel environnemental et le matériel de navigation; l'agro-alimentaire; le tourisme; les services d'éducation. »

Le BCCT et de nombreuses entreprises canadiennes considèrent Taiwan comme un pays donnant accès aux autres marchés de la région.

« Les marchés asiatiques ne sont pas d'entrée facile », affirmait M. Stephens, « mais trouver le bon partenaire local peut faciliter les choses, en particulier l'accès aux marchés du continent. »

De fait, une représentation locale adéquate est un gage de réussite à Taiwan, de même qu'un engagement à long terme envers le marché.

Le BCCT a récemment parrainé le Festival Canada, une série d'une trentaine d'activités qui ont été organisées dans 30 villes situées un peu partout à Taiwan, et qui ont remporté un vif succès.

Comme le soulignait M. Stephens, « Festival Canada a démontré que le Canada s'est vraiment donné pour mission de développer ses liens avec Taiwan, et a contribué à mieux faire connaître le Canada aux Taiwanais. »

Autre preuve d'un tel engagement : la signature, l'année dernière, de l'accord relatif aux carnets ATA, qui facilitent le dédouanement dans le cas d'expéditions d'échantillons à Taiwan.

Adresses utiles

Canadian Trade Office in Taipei, 365 Fu Hsing North Road, 13th Floor, Taipei, Taiwan; tél. : 011-886-2-547-9500, fax : 011-886-2-7127244

Direction de la Corée et de l'Océanie, MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2; tél. : (613) 996-7582, fax : (613) 996-1248.



Minister for International Trade



Ministre du Commerce International

Ottawa, Canada K1A 0G2

Message du ministre du Commerce international

Il me fait grand plaisir de confirmer que le premier ministre, le très honorable Jean Chrétien, dirigera une mission Équipe Canada en Corée, aux Philippines et en Thaïlande du 8 au 20 janvier 1997.

M. Chrétien sera accompagné de premiers ministres provinciaux, de chefs de territoires, de ministres fédéraux et d'une importante délégation de dirigeants de sociétés canadiennes. Cette mission aura pour principal objectif d'accroître les échanges des sociétés canadiennes avec d'importants partenaires commerciaux asiatiques.

Les marchés visés par Équipe Canada 1997, qui représentent déjà plus de 3,6 milliards de \$ annuellement en exportations canadiennes, comportent d'importants partenaires économiques du Canada dans cette région en plein essor. Une croissance économique et industrielle rapide et une population combinée de plus de 150 millions de consommateurs permettront aux participants à la mission d'Équipe Canada de trouver des débouchés croissants dans ces trois pays.

Les secteurs industriels qui présentent un intérêt particulier en Corée, aux Philippines et en Thaïlande sont les suivants : télécommunications et informatique, services financiers, exploitation de l'énergie et des ressources naturelles, construction et matériaux de construction, environnement, transport, éducation et industries culturelles, produits agricoles et alimentaires.

La mission Équipe Canada de janvier 1997 prend appui sur le succès des visites antérieures effectuées en Chine en 1994, en Amérique latine en 1995, de même qu'en Inde, au Pakistan, en Indonésie et en Malaisie en 1996. On estime que 370 ententes d'une valeur de 20 milliards de \$ ont été conclues à l'occasion de ces missions, contribuant effectivement à l'augmentation des ventes et des emplois pour les Canadiens de toutes les régions. Chaque milliard de \$ d'exportations nouvelles permet de créer ou de maintenir en moyenne 11 000 emplois au Canada.

On est à planifier, en étroite collaboration avec la Chambre de Commerce du Canada, les programmes destinés aux entreprises en vue de la mission. C'est ainsi que des dirigeants d'importantes entreprises et industries de ces pays feront des présentations spéciales sur les débouchés locaux à l'intention des participants canadiens. Par ailleurs, on prévoit tenir des réunions de groupes de travail sectoriels chargés d'étudier en profondeur les possibilités d'accroissement de partenariats avec des associés locaux qui permettraient de répondre à la demande du marché.

Un certain nombre de sociétés canadiennes qui font des affaires au niveau international ont été invitées à participer à la mission Équipe Canada 1997.

Je puis affirmer que les entreprises qui saisiront l'occasion de participer à Équipe Canada 1997, qu'elles soient de petites sociétés à la recherche de débouchés sur des marchés à créneaux dans la région, ou de grandes entreprises déjà établies en Asie, trouveront que cette initiative s'avèrera un investissement fructueux.

Sincèrement,

Art Eggleton

A qui profite Équipe Canada?

La taille d'une entreprise ou le champ d'activité d'un secteur donné d'une industrie ne restreint aucunement les avantages à retirer d'une mission d'Équipe Canada. La petite entreprise de dix employés désireuse d'étendre ses relations d'affaires à l'échelle régionale, ou encore la grande entreprise qui cherche à conclure un accord commercial avec l'étranger, peuvent aussi bien

Voir page II — Équipe Canada

DANS CE SUPPLÉMENT

LA CORÉE II
LES PHILIPPINES III
LA THAÏLANDE IV