

PLAN D'ACTION COMMERCIAL POUR LA CHINE ET HONG KONG 20 1997
AVR

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RENDURER A LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

43-279-194

1.	SOMMAIRE	
2.	LE PLAN D'ACTION COMMERCIAL POUR LA CHINE ET HONG KONG .	3
	La Chine, un marché complexe mais prometteur	3
	La réponse du Canada : un plan d'action commercial	4
	Objectifs du Plan d'action	4
	Ressources disponibles	6
	Activités de promotion du commerce	7
	Des améliorations au Plan d'action : nous attendons vos suggestions	8
3.	CONTEXTE COMMERCIAL	9
4.	LES SECTEURS	12
	A. Les produits et systèmes de la technologie de pointe	12
	i. Les télécommunications	12
	ii. L'espace	14
	iii. Les ordinateurs et les logiciels	15
	B. L'agriculture et l'alimentation, les poissons et fruits de mer	18
	i. L'agriculture et l'alimentation	18
	ii. Les poissons et fruits de mer	19
	C. Les services commerciaux, professionnels et d'éducation	23
	D. Les produits et services du secteur de la construction	25
	E. Les biens de consommation	28
	F. Les industries culturelles	30
	G. L'environnement	33
	H. Les services financiers	36
	I. Industrie forestière	39
	J. Les produits médicaux et de santé	42
	K. L'exploitation minière, les métaux et les minéraux	46
	L. Le pétrole et le gaz	49
	M. L'électricité	52
	N. Les transports	54
	i. Les transports de surface	54
	ii. L'aviation	57
5.	POINTS DE CONTACT	60
6.	QUESTIONNAIRE	74
7.	CARTE DE LA CHINE ET HONG KONG	76