

Débouchés

Le marché de la commutation offre encore des possibilités d'exportation dans le domaine de la conception de systèmes de commutation pour la téléphonie mobile (réseaux cellulaires GSM). Les fournisseurs chinois détiennent la plus grande part du marché de la commutation. L'infrastructure chinoise de transmission des données combine les technologies des réseaux à fibres optiques, à micro-ondes et satellitaires. Tous les secteurs présentent des débouchés pour les entreprises qui offrent des technologies de pointe à des prix concurrentiels. Dans le secteur de la transmission de données, il existe des possibilités dans le domaine du réseau MTA (mode de transfert asynchrone) et du réseau à relais de trame. De grands projets d'expansion des réseaux de l'infrastructure nationale ont été entrepris en 1998, et leur réalisation se poursuivra au cours du XXI^e siècle. Ces projets se concentrent surtout sur la technologie large bande. Étant donné la position relativement faible des fournisseurs chinois, les projets d'expansion de l'infrastructure gouvernementale dépendront beaucoup des achats de matériel étranger, notamment d'équipement de réseautage à fibres optiques. Il existe également des possibilités pour les sociétés étrangères dans les domaines des communications par satellite et de la technologie TTPO (terminal à très petite ouverture d'antenne).

La décision récente prise par la Chine d'adopter la technologie de téléphonie cellulaire à accès multiple par code de répartition (AMCR) pour faire concurrence à la technologie des réseaux GSM, qui prédomine actuellement, devrait également ouvrir de nouveaux débouchés aux entreprises canadiennes. Jusqu'à présent, Unicom semble avoir hérité du mandat d'étendre le réseau AMCR, et la société a annoncé ses projets ambitieux de créer un réseau d'une capacité de 10 millions d'abonnés d'ici la fin de l'an 2000.

Contraintes

Le marché chinois du matériel de télécommunications est extrêmement concurrentiel. Bien que le gouvernement soutienne vigoureusement les fabricants locaux qui se taillent une part croissante dans les segments à volume élevé du marché de l'équipement comme la commutation, il exerce aussi des pressions croissantes sur les fournisseurs étrangers afin qu'ils adaptent leurs produits aux besoins de la Chine. La Chine ne dispose d'aucune loi régissant les télécommunications, et ses politiques ainsi que son cadre réglementaire sont nébuleux et changent sans cesse. Le fait que la Chine s'efforce maintenant de séparer

les fonctions de réglementation (confiées au MII qui vient d'être créé) de celles qui se rapportent à l'exploitation et à la fabrication ne fait, pour le moment, qu'ajouter à la confusion. La complexité du contexte commercial chinois est exacerbée par la restructuration gouvernementale en cours dans tous les secteurs.

L'un des effets de l'évolution récente est d'accélérer la transition à une structure plus décentralisée de prise de décisions, dans laquelle les entités provinciales et les utilisateurs finals jouent un rôle de plus en plus important. Bien que le gouvernement ait accordé beaucoup d'attention aux télécommunications, ce secteur n'est plus la priorité absolue à l'ordre du jour, et les questions de financement sont donc devenues incontournables. En raison de l'absence d'une protection efficace de la propriété intellectuelle, les fabricants de contrefaçons sont également en mesure de menacer sérieusement les fournisseurs étrangers. Enfin, bien que le gouvernement chinois ait autorisé dans le passé des entreprises étrangères à faire des investissements indirects dans des projets de communications mobiles proposés par China Unicom, il vient de changer de politique et de décider de faire observer plus rigoureusement son interdiction de la participation étrangère à la possession ou à l'exploitation d'un réseau de télécommunications. La Chine finira par ouvrir ce secteur à la concurrence étrangère. Cela devrait se produire entre le court et le moyen termes compte tenu des ouvertures plus larges en vue de l'adhésion à l'OMC et d'autres signes que présente le marché.

2. Les ordinateurs et les logiciels

Contexte commercial

Ordinateurs : Le marché chinois de l'informatique est stimulé par une croissance annuelle de 30 % de la demande d'ordinateurs personnels. Toutes les possibilités découlant de la croissance rapide dans ce secteur disparaissent rapidement en raison de la concurrence acharnée et des marges décroissantes de profit. Seuls les principaux acteurs, notamment plusieurs fournisseurs chinois très concurrentiels, qui bénéficient d'économies d'échelle et sont en mesure de diversifier leur production dans des secteurs où les marges sont plus larges, survivront sur le marché des ordinateurs personnels.

En 1998, près de 4 millions d'ordinateurs ont été vendus en Chine, ce qui a placé le secteur chinois des ordinateurs personnels au sixième rang mondial. Les ventes d'ordinateurs augmentent sous l'impulsion de la demande croissante en provenance d'organismes

gouvernementaux et de grandes organisations, particulièrement des banques, les consommateurs du secteur public ayant acheté plus de 70 % des ordinateurs personnels destinés à un usage commercial. Par ailleurs, c'est l'intérêt des familles urbaines pour Internet et l'éducation des enfants qui stimule surtout la vente d'ordinateurs à des particuliers. Selon les prévisions, le marché pourrait atteindre 10,5 millions d'ordinateurs en 2002. La Chine prétend que des entreprises locales travaillent actuellement à la conception d'ordinateurs haut de gamme très puissants et que la part du marché national s'accroît dans ce secteur.

Logiciels : En 1998, les ventes de logiciels ont augmenté de plus de 30 %, et la croissance annuelle du marché devrait être de 20 % en 1999. La Chine est le plus grand marché naissant de logiciels au monde. On s'attend à ce que la demande dépasse 30 milliards de RMB (5,4 milliards de dollars) en 2000. La part des sociétés chinoises dans le marché des logiciels et des services d'information n'est que de 20 % environ. Étant donné que les entreprises chinoises fabriquant des logiciels sont relativement petites et que leurs produits sont peu diversifiés, il y aura un accroissement de la demande de logiciels produits par des sociétés étrangères.

Débouchés

Les débouchés pour les entreprises canadiennes se trouvent principalement dans le secteur des logiciels et du réseautage informatique. Dans le cadre du plan de développement national de l'infrastructure de l'information, des « Projets or » ont entraîné un accroissement de la demande de logiciels d'application en provenance des organismes gouvernementaux. Les créneaux possibles pour les entreprises canadiennes se situent dans le domaine des logiciels d'applications personnalisées qui ciblent certaines utilisations finales, comme les systèmes d'information géographiques (SIG) et les données Radarsat.

Contraintes

De fortes pressions s'exercent sur les entreprises étrangères du secteur des ordinateurs et des logiciels afin qu'elles établissent des coentreprises et permettent le transfert de technologie. Le marché des logiciels étant sous-développé en Chine, il est difficile de trouver le bon circuit de distribution. De surcroît, le taux de piratage de 96 % qui frappe le marché des logiciels entraîne une perte annuelle de 10 milliards RMB (1,8 milliard de dollars). Pour les entreprises étrangères, les obstacles découlant de la réglementation et le manque de clarté des directives et des

politiques gouvernementales compliquent le processus d'approbation de certains produits ou d'octroi de licences pour les services de distribution locale. La plupart du temps, les logiciels canadiens doivent être adaptés aux besoins locaux pour satisfaire aux exigences du marché chinois.

Plan d'action

Dans ce secteur, le Plan d'action vise les objectifs suivants :

- ◆ promouvoir l'expertise canadienne et renforcer la présence des entreprises canadiennes en Chine dans le secteur des logiciels, et encourager la participation d'une délégation chinoise à l'exposition Softworld, qui se tient chaque année au Canada en novembre;
- ◆ poursuivre l'examen de questions de politique commerciale à l'intérieur et à l'extérieur du cadre des pourparlers en vue de l'adhésion de la Chine à l'OMC afin de résoudre les problèmes actuels auxquels les investisseurs canadiens font face dans le secteur des services de télécommunications;
- ◆ travailler en collaboration avec Industrie Canada pour consolider la position du Canada comme source importante d'infrastructure de protocole Internet (PI) et d'applications, notamment de solutions pour le commerce électronique. Cet objectif sera atteint grâce à une recherche sur les politiques effectuée conjointement avec le MII et au moyen d'activités de promotion commerciale;



Événements promotionnels de haute technologie

Softworld, qui se tient chaque année en novembre au Canada, fait la promotion de produits de TI financiers et autres auprès des fabricants de logiciels de Hong Kong. La ville hôte change chaque année. Consultez le site <http://www.softworld.org> pour obtenir des détails.

Techworld, qui se tient chaque année en mars à Hong Kong, fait la promotion des investissements en capital-risque dans des projets de haute technologie à Hong Kong et en Chine continentale. Consultez le site <http://www.hkitc.org.hk> pour obtenir des détails.

Pour obtenir le programme complet des événements, consultez le Calendrier commercial des missions à l'adresse suivante : <http://www.canada.org.hk>