

Introduction au Guide de survie des PME sur la Chine

Comptant près du quart de la population mondiale, la Chine promet toujours de devenir le plus important marché de consommation du monde. On estime que d'ici 2010, la Chine comptera plus de 500 millions de consommateurs de la classe moyenne. La croissance de la classe moyenne urbaine et la poursuite des réformes économiques ne font qu'accroître l'attraction qu'exerce ce marché potentiellement énorme sur les exportateurs canadiens. Il n'est donc pas étonnant de voir un nombre croissant de sociétés canadiennes, y compris des petites et moyennes entreprises (PME), considérer la Chine comme un marché d'exportation éventuel.

S'il est vrai que la Chine offre effectivement de nouveaux débouchés, il ne faut pas oublier qu'elle est située pratiquement de l'autre côté du monde, à plusieurs fuseaux horaires de distance, ce qui augmente le coût des communications d'affaires. La Chine a aussi un climat d'affaires très complexe et difficile à comprendre, tandis que sa culture et ses méthodes commerciales peuvent être décourageantes pour les sociétés qui commencent à exporter et même pour les exportatrices chevronnées. Pour vous aider à relever ce défi, la Direction de la Chine et de la Mongolie du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et nos missions en Chine et à Hong Kong ont préparé ce guide de survie. Destiné expressément aux PME, celui-ci renferme des renseignements essentiels sur la manière d'aborder le marché chinois. Que vous commenciez à explorer votre potentiel d'exportation en Chine ou que vous ayez déjà une stratégie pour ce marché, ce guide devrait constituer une source de référence utile pour votre entreprise dans ce vaste pays.

Un certain nombre de sources mentionnées dans ce guide peuvent aider les PME à approcher le marché chinois. Nous vous suggérons de visiter aussi les sites WEB suivants : dfait-maeci.gc.ca/china et www.canada.org.hk (La fenêtre du Canada sur la Chine).

Le Service des délégués commerciaux du Canada à Beijing, Shanghai, Guangzhou, Hong Kong et Chongqing ainsi que la Direction de la Chine et de la Mongolie du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international sont là pour faire la promotion d'activités à valeur ajoutée et rapporter des bénéfices aux fabricants et aux fournisseurs de services canadiens dans leurs affaires avec la Chine.