

ÉTUDE DES DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX MONDIAUX

TAÏWAN - SECTEUR DU VÊTEMENT

DÉBOUCHÉS

Aperçu du territoire

Superficie : 36 000 km²
 Population : 20,6 millions d'habitants

Taiwan est devenue une société riche et industrialisée en l'espace d'une génération. Les habitudes de l'épargne et du réinvestissement, qui étaient naturelles pour l'ancienne génération s'adonnant à l'agriculture, ont été renforcées à compter des années 50 jusqu'à tout récemment par les restrictions sur le change et les voyages à l'étranger imposées par le gouvernement central. L'amélioration du niveau nutritionnel de la population, le relèvement du taux d'alphabétisation et d'inscription aux études supérieures, l'amélioration de l'espérance de vie, de même que la croissance de la classe moyenne taiwanaise, témoignent du succès des politiques économiques gouvernementales.

Taiwan étant passée du statut de pays en développement à celui de pays nouvellement industrialisé (PNI), les nouveaux riches de l'île consacrent leur argent à l'achat de biens fonciers, d'automobiles, de biens importés ainsi qu'à des voyages à l'étranger. Les revenus discrétionnaires semblent être très élevés, mais le pays conserve un taux d'épargne considérable. Les succès tout à fait remarquables de Taiwan pour ce qui est de la promotion dynamique de ses exportations ainsi que son besoin d'importer des ressources naturelles de pays comme le Canada se sont traduits par une progression importante des échanges commerciaux entre notre pays et Taiwan. En 1970, le total du commerce bilatéral n'atteignait même pas 70 millions de dollars canadiens. En 1991, Taiwan était devenue, en importance, le huitième partenaire commercial du Canada et la valeur totale des échanges s'établissait à 3,3 milliards de dollars canadiens.

Importance estimative du marché du vêtement

Taiwan a importé en 1991 des vêtements d'une valeur totale de 251 911 000 \$ US.

Description des possibilités qui s'offrent aux fabricants canadiens

De nombreuses marques nationales ou réputées dans le monde entier se vendent bien à Taiwan. Les produits canadiens allant du milieu au haut de gamme pourraient y trouver des débouchés, particulièrement les vêtements pour femmes et pour enfants.

Importance des noms de marque

Les noms de marque revêtent beaucoup d'importance à Taiwan. Par exemple, les marques célèbres des États-Unis et de pays européens y connaissent beaucoup de succès.

Publications spécialisées de la profession et magazines de mode destinés aux consommateurs

Il n'existe pas de grande publication spécialisée à Taiwan, mais les acheteurs lisent les publications étrangères. Les consommateurs, de façon générale, lisent divers magazines nationaux et étrangers, par exemple, *Women's World*, *Yuan Fashion*, *Lady's*, *Cosmopolitan*, *Phoebes*, etc.