

La région Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique, est, et sera longtemps encore, la région qui connaît l'essor le plus rapide au monde

La région de l'Asie-Pacifique englobe certains des marchés diversifiés les plus prospères au monde. À mesure que la démocratie, le capitalisme et l'entrepreneuriat gagnent du terrain sur bon nombre de ces marchés en plein essor, des centaines de millions de consommateurs de la classe moyenne ayant un revenu disponible et des modes de vie évolutifs exigent un large éventail de produits, de services et d'infrastructures, qui, jusqu'à récemment, n'existaient pas dans la région. Parallèlement, l'abolition des obstacles à l'accès au marché dans les économies développées et l'évolution des goûts des consommateurs stimulent la demande de produits et de services « occidentaux ». Selon un fabricant japonais d'appareils électroniques de consommation, les produits blancs (laveuses, réfrigérateurs, etc.) peuvent être commercialisés dans les économies où le PIB par habitant est de 1 000 \$ US, tandis que les appareils électroniques de consommation plus coûteux (télécouleurs, chaînes stéréo, etc.) peuvent l'être dans les économies où le PIB par habitant est de 3 000 \$ US ou plus. On retrouverait donc l'Indonésie et les Philippines dans la première catégorie et la Malaisie et peut-être la Thaïlande dans la seconde. Évidemment, il y a des consommateurs plus aisés dans tous les pays en développement, et l'on dit que la classe moyenne en Inde compterait plus de 200 millions de personnes.

De nombreuses économies d'Asie-Pacifique connaissent actuellement des transformations profondes sur le plan social, économique et politique. Les revenus augmentent, les gens migrent vers les régions urbaines et voyagent à l'étranger. Du point de vue économique, l'Asie-Pacifique, est, et sera longtemps encore, la région qui connaît l'essor le plus rapide au monde. Le commerce international se trouvera radicalement modifié à mesure que l'Asie-Pacifique deviendra le centre de l'activité commerciale mondiale.

En l'an 2000, les taux de croissance moyens des pays de la région seront toujours trois fois plus élevés que ceux que l'on observera dans les pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et 400 millions de personnes auront un revenu correspondant aux revenus médians des pays de

l'OCDE. Selon les prévisions à plus long terme, la région possédera, en 2010, un nouveau pouvoir d'achat de l'ordre de 12 billions de dollars et, en 2020, c'est en Asie que l'on trouvera sept des dix principales économies au monde. Les échanges et la concurrence entre les pays d'Asie continueront de s'intensifier. À l'heure actuelle, c'est le Japon qui a la part du lion dans la région, mais l'influence des entrepreneurs chinois à l'étranger ira en grandissant et ne se limitera pas à la Chine⁸, 30. Parmi les pays de l'ANASE, Singapour et Thaïlande continueront de s'imposer comme des points d'accès pour la fourniture de services et de capitaux de placement en Chine et dans d'autres marchés du Sud-Est asiatique, comme le Vietnam. Le Japon sera une importante source de capitaux de placement et de transfert de technologies dans la région.

Les entreprises canadiennes exploitent des possibilités dans presque tous les secteurs d'activité en Asie-Pacifique. En 1996, les exportations canadiennes de produits manufacturés à destination de l'Asie-Pacifique étaient évaluées à plus de 24 milliards de dollars, ce qui représente près de 9 % des exportations totales (comparativement à 6 % pour les exportations vers l'Europe de l'Ouest). Le Canada demeure un important exportateur de ressources naturelles et un grand exportateur de matériel de télécommunications, de logiciels, de jets et d'hélicoptères d'affaires et d'une vaste gamme de services, notamment dans les domaines du tourisme, de l'éducation et de la formation ainsi que du commerce de produits à valeur ajoutée. Les autres secteurs qui présentent des débouchés sont le développement de l'infrastructure, particulièrement en ce qui a trait au matériel et aux services de télécommunications, les services financiers, l'énergie et les transports.

Cependant, les éléments clés pour connaître le succès en Asie sont la présence, la persévérance, la patience et la compréhension des pratiques commerciales locales. À ce chapitre, le Canada a un bon bout de chemin à parcourir pour rejoindre les autres pays du G-7 et l'Australie, dont les exportations vers l'Asie sont beaucoup plus importantes que celles du Canada. Selon une étude réalisée récemment par la Fondation Asie-Pacifique du Canada¹³, seulement 600 des 2,3 millions d'entreprises canadiennes ont du personnel permanent en Asie. L'étude souligne également que nous entretenons depuis longtemps des relations économiques avec certains pays, mais que nulle part en Asie nous n'avons établi une présence économique