

ou juridiques ou encore des services de consultation ou de facilitation du commerce, principalement à des clients expatriés.

## Les industries culturelles

### Contexte commercial

Le pouvoir d'achat et la connaissance des produits culturels étrangers progressent en Chine. Cette tendance a engendré un esprit de consommation plus fort et une forte demande de produits culturels étrangers. Cela est particulièrement le cas dans des domaines de grande visibilité comme la télévision, le cinéma, les arts de la scène et la musique. Cependant, cet intérêt grandissant et les moyens financiers accrus sont tempérés par le contrôle permanent du gouvernement sur les industries culturelles. Il y a des restrictions commerciales qui prennent différentes formes telles que le monopole sur les importations et les achats et l'obligation de faire autoriser toute manifestation commerciale par les ministères concernés.

### Débouchés

Il y a des possibilités immédiates dans le domaine du cinéma, de la radio et, en particulier, de la télévision, étant donné que la Chine dépend d'une programmation importée. La prolifération de chaînes de télévision spécialisées grâce à la transmission terrestre, par câble ou par satellite et le fait que le Canada a la réputation de produire des émissions multiculturelles, sans danger et ne portant pas à controverse ont permis la vente d'émissions pour enfants ou de documentaires sur la nature et la science dans certains créneaux du marché.

Les stations de télévision chinoises refusent traditionnellement de payer la juste valeur marchande des émissions de télévision étrangères. Aussi offre-t-on du temps publicitaire en guise de paiement.

En Chine, les spectacles sur scène doivent habituellement être parrainés par une administration gouvernementale ou une entreprise commerciale étrangères, mais ils se diversifient et deviennent de plus en plus viables. Les genres qui se vendent le mieux sont en général ceux qui s'adressent à la masse et aux familles.

### Shanghai

Shanghai redevient rapidement le centre culturel de la Chine, et l'on y trouve les publics les plus sophistiqués et les plus exigeants du pays. Elle est aussi la ville hôte de deux grandes manifestations culturelles, le Festival de télédiffusion de Shanghai (novembre 1998) et le Festival international du film de Shanghai (du 24 octobre au 2 novembre 1997). Une délégation de Shanghai vient chaque année au Festival annuel de télévision de Banff et se rend à Vancouver, Montréal, Ottawa et Toronto pour cultiver les relations bilatérales.

### Hong Kong

Étant donné les affinités de Hong Kong avec le Canada, il est aussi possible de faire la promotion des produits culturels canadiens de langue anglaise, par exemple de vendre des émissions de télévision aux quatre sociétés de télédiffusion de langue anglaise de Hong Kong. Les émissions de radio et de télévision diffusées à partir de Hong Kong atteignent le sud de la Chine, et l'on estime qu'elles sont génératrices de tendances pour toute l'Asie. Hong Kong accueille de nombreuses foires commerciales régionales, y compris le MIDEM (mai 1998), pour l'édition musicale et vidéo, et le MIP (décembre 1997), pour la programmation vidéo et télévisuelle.

## Les services financiers

### Contexte commercial

Du point de vue des services financiers, la Chine continentale et Hong Kong sont des marchés très différents. Son contexte réglementaire favorable, son

faible taux d'imposition et l'excellent calibre de ses télécommunications ont fait de Hong Kong un centre international de services financiers, rôle que ce territoire conserve depuis sa rétrocession à la Chine le 1<sup>er</sup> juillet 1997. La Chine, elle, ne s'est lancée que récemment dans une libéralisation et une réforme modestes de son secteur des services financiers. Shanghai est en train d'acquiescer la vocation de centre financier du pays, et neuf succursales de banques étrangères ont récemment obtenu des licences pour exercer dans la zone de Pudong un éventail limité d'activités en devises locales.

### Chine continentale

La Chine est en train de développer son secteur intérieur de services financiers, en même temps qu'elle ouvre ce marché aux entreprises étrangères. Elle se donne cette nouvelle orientation avec beaucoup de précautions, souvent sur une base expérimentale, le nombre d'opérations qu'une institution financière étrangère est autorisée à effectuer étant limité dans les faits. Les autorités chinoises élaborent actuellement des règlements dans de nombreux domaines clés, ce qui pourrait accroître l'incertitude et les difficultés pour les entreprises de services financiers qui cherchent à établir une présence sur ce marché.

Selon les statistiques chinoises, 130 succursales de banques étrangères et un petit nombre de coentreprises formées par des banques chinoises et étrangères sont actives en Chine, chacune étant autorisée à exercer ses activités dans une des 24 villes désignées. Seulement quelques sociétés d'assurance étrangères sont exploitées en Chine; cependant, plus de 80 cherchent à obtenir l'autorisation de s'établir à Shanghai ou à Guangzhou. Dans un contexte de vive concurrence, les entreprises étrangères de services financiers sont appelées à montrer quelle sera leur contribution au marché, celle-ci pouvant prendre la forme de liquidités, de nouveaux produits ou de formation.

### Hong Kong

Au contraire, Hong Kong est un centre financier international ouvert, où aucune restriction ne limite ni l'entrée ni la sortie des capitaux. Hong Kong est aussi un partenaire important pour la Chine, un grand nombre de ses banques y intensifiant leur activité. Le marché des actions et le marché de l'emprunt de Hong Kong sont d'importantes sources de financement pour les entreprises et l'État chinois.

## Les industries de la santé

### Contexte commercial

#### Hong Kong

Hong Kong est un marché de soins de santé en pleine effervescence. Société prospère, Hong Kong possède une infrastructure médicale bien développée et a établi avec la Chine des échanges commerciaux réguliers dans le domaine des produits médicaux et pharmaceutiques. Le gouvernement de Hong Kong est le plus gros acheteur de soins de santé du territoire, car il effectue les achats pour les institutions entièrement ou partiellement subventionnées. Beaucoup d'établissements de soins de santé privés dispensent des soins de haut niveau aussi bien aux ressortissants locaux qu'aux expatriés régionaux qui ont besoin de soins médicaux spécialisés.

Une valeur et une qualité élevées sont des facteurs essentiels sur le marché médical concurrentiel de Hong Kong. Une présence sur place et un bon service après-vente sont des conditions indispensables à la réussite. Les produits de faible valeur peuvent entrer sur le marché au moyen d'ententes de représentation et de distribution.

Les entreprises canadiennes ont bien réussi dans des soumissions concurrentielles; elles vendent des produits pharmaceutiques génériques et une grande variété de produits médicaux bas de gamme tels que