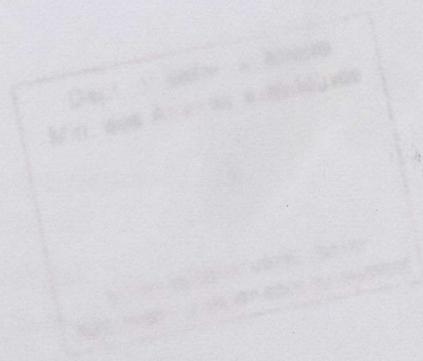


doc
CA1
EA991
98S57
FRE

DOCS
CA1 EA991 98S57 FRE
Guide de survie des PME sur le
marche chinois. --
58946645



Guide de survie des PME sur le marché chinois



1) La Chine - Démarrage - conseils pratiques 1



2) Planifier votre première visite en Chine 9

- Pour visiter la Chine
- Informations sur les affaires en Chine

Guide de survie des PME sur le marché chinois

- Faire affaire avec la Chine
- Les entreprises chinoises au Canada

<http://www.dfait-maeci.gc.ca/china>

3) Les contacts commerciaux : où et comment se les procurer ... 16

- Les contacts en Chine
- Le Bureau de la Chine de MAECI
- Le Service des relations aux entreprises Canada (CSEC)
- Le Commerce international (CCI)

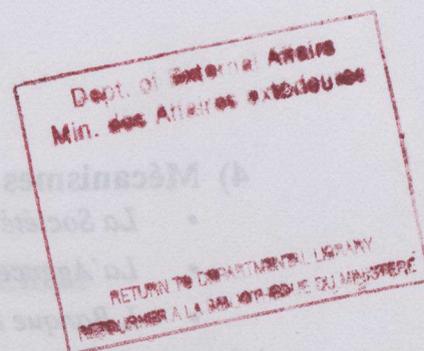


Team Canada Inc - Équipe Canada Inc

Canada

Commerce Canada-Chine (CCCC)

Guide de survie des PME sur le marché chinois



1) La Chine – Démarrage et meilleures pratiques 1

- *Langue et culture*
- *1,2 milliard de clients?*
- *Les marchés régionaux*
- *Une économie aux caractéristiques particulières*
- *La primauté du droit*
- *Des attentes réalistes*
- *L'atout des PME*
- *Le défi pour les PME*
- *Réussites de PME canadiennes*

2) Planifier votre première visite en Chine 9

- *Pour connaître la Chine*
- *Publications sur les affaires en Chine*
- *Guides à l'intention des exportateurs*
- *Sites Internet du gouvernement sur les PME et l'exportation*
- *Liaisons*
- *Visas pour la Chine*
- *Visas pour les visiteurs chinois au Canada*
- *Vaccinations et santé*

3) Renseignements commerciaux : où et comment se les procurer ... 16

- *Avant votre départ*
- *Recherche de base en Chine*
- *Rôle de la Direction de la Chine du MAECI*
- *Les Centres de services aux entreprises Canada (CSEC)*
- *Les Centres du commerce international (CCI)*
- *Aide régionale*
- *L'InfoCentre*
- *WIN Exports*
- *Le Conseil commercial Canada-Chine (CCCC)*

4) Mécanismes de financement du commerce	24
• <i>La Société pour l'expansion des exportations (SEE)</i>	
• <i>La Agence canadienne de développement international (ACDI)</i>	
• <i>L Banque de développement du Canada (BDC)</i>	
• <i>La Corporation commerciale canadienne (CCC)</i>	
• <i>Les Banques commerciales canadiennes</i>	
5) La vie en Chine	30
• <i>Conseils généraux</i>	
• <i>Astuces de négociation</i>	
6) Sources d'aide en Chine	34
• <i>Ambassade et consulats du Canada</i>	
• <i>Cabinets d'avocats canadiens</i>	
7) Index des liens dynamiques pour la Chine	38

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.

Chine – Démarrage et meilleures pratiques

Langue et culture

Même pour les exportateurs d'expérience, la Chine constitue un marché difficile. Cette situation est attribuable à certains facteurs évidents et à d'autres qui le sont moins.

Exemples :

- Les différences linguistiques sont particulièrement intimidantes. De plus en plus de Chinois acquièrent des rudiments d'anglais. Vous n'allez probablement pas maîtriser le chinois, mais il peut être utile d'apprendre quelques expressions de base, surtout pour voyager à l'extérieur des grandes villes. Vous vous sentirez ainsi plus à l'aise pour circuler, et vos amis chinois seront enchantés. Toutefois, pour la plupart de vos opérations commerciales, votre collecte d'information et vos négociations, vous aurez besoin d'un interprète compétent.
- Les différences culturelles posent des difficultés à ceux qui font des affaires en Chine, et l'on peut facilement sous-estimer leur importance. Des indices et des nuances subtiles peuvent susciter des malentendus. Ainsi, beaucoup de Chinois rient ou gloussent lorsqu'ils sont gênés ou mal à l'aise, ce qui provoque une réaction de colère chez nombre d'Occidentaux qui croient qu'on se moque d'eux!
- Les Chinois éviteront de vous avouer directement leur incapacité à faire quelque chose pour vous. Dans la culture occidentale, nous apprécions la franchise, à condition qu'elle soit entourée de politesse. Mais en Chine, les gens risquent de se sentir très mal à l'aise s'ils sont obligés de vous refuser une demande. Donc souvent, ils ne refuseront pas carrément; ils vous diront peut-être qu'il « sera difficile » de satisfaire à votre requête ou ils éviteront même de vous répondre. Vous n'entendrez peut-être plus jamais parler de l'affaire, alors que vous attendiez une réponse ou des résultats, et constaterez que vous avez simplement mal interprété leur manière contournée de répondre.

La meilleure façon de faire face à ces différences culturelles est de vous armer de la meilleure connaissance possible de la culture chinoise. Faites appel à l'ambassade du Canada, au Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et au Conseil commercial Canada-Chine pour trouver des experts-conseils qui connaissent le milieu et qui peuvent vous éclairer. Discutez avec des collègues qui ont une expérience de la Chine. Les Chinois sont généralement très ouverts aux Occidentaux et ils pardonnent les gaffes culturelles, mais ils ne connaissent peut-être pas assez la culture occidentale pour savoir que vous ne vouliez pas les offenser.

L'existence même de Hong Kong est basée sur les affaires. Par conséquent, les nouvelles entreprises et leurs produits, services, technologie et idées y sont très bien accueillis. De plus, le contexte commercial de Hong Kong est transparent et direct. Bien des petites entreprises ont ainsi remporté à Hong-Kong leur premier succès d'exportation en Asie qui leur a servi de point de départ pour pénétrer le marché de la Chine continentale.

Selon la nature de votre entreprise, songez à pénétrer la Chine par l'intermédiaire de Hong Kong. Sur le plan des pratiques et de la culture commerciales, Hong Kong est un hybride de caractéristiques occidentales et chinoises, très moderne et raffinée mais dotée aussi de liens historiques et familiaux qui vont au coeur même de la Chine. Elle peut être un tremplin utile pour l'entreprise désireuse de pénétrer le marché chinois.

•1,2 milliard de clients?

La Chine séduit les gens d'affaires occidentaux depuis des siècles notamment à cause de sa vaste étendue. Mais l'on aurait tort de considérer la Chine comme un marché unique composé de 1,2 milliard de clients éventuels.

- Depuis l'ouverture de la Chine il y a une vingtaine d'années, certaines régions du pays, notamment les villes et les régions côtières, se sont développées très rapidement tandis que d'autres continuent d'accuser un retard. Les niveaux de revenu par habitant dans les villes les plus riches de Chine approchent maintenant ceux que l'on trouve chez les « tigres d'Asie ». À ces endroits, le marché de consommation est en plein essor et constituerait une cible atteignable pour un exportateur.
- Environ 70 % des Chinois habitent encore les régions rurales. Les habitudes de consommation et le pouvoir d'achat dans ces régions différeront sensiblement de ceux des villes chinoises.
- Les goûts diffèrent énormément d'un endroit à l'autre en Chine, et ils diffèrent aussi beaucoup de ceux de l'Occident. Les attitudes des consommateurs sont différentes. Des produits qui se vendent très bien dans l'Ouest ont dû être adaptés pour être vendus en Chine. Cela vaut aussi pour votre stratégie de marketing.

Les caractéristiques du marché sont ancrées dans la culture et la conjoncture économique actuelle de la Chine. Les articles qui se vendent comme des petits pains chauds à Toronto ou à Moose Jaw ne seraient peut-être même pas compris à Chengdu ou Wuhan. Une des erreurs que commettent plus souvent les entreprises étrangères à l'assaut du marché chinois est de ne pas faire une étude suffisamment poussée du marché. Des experts-conseils compétents peuvent fournir ce service – faites appel à eux!

Marchés régionaux

La Chine est un pays énorme aux prises avec une infrastructure complexe. L'obtention d'un débouché dans une partie du pays ne garantit pas le succès ailleurs.

- Il est préférable de considérer la Chine comme un groupe de vastes marchés régionaux. La population et l'étendue de nombreuses provinces chinoises ressemblent à celles de pays d'Europe. Considérez le marché chinois comme celui de la Communauté européenne, soit comme une mosaïque de marchés ayant chacun ses caractéristiques distinctives.
- Il est recommandé aux exportateurs de se concentrer sur un des marchés régionaux de la Chine plutôt que sur l'ensemble du pays. Une société qui réussit bien dans une grande région métropolitaine (comme Beijing, Shanghai, Chongqing) pourrait même ne pas avoir besoin d'explorer d'autres régions pour accroître ses affaires.
- Il se produit actuellement en Chine une décentralisation du pouvoir d'achat et d'approvisionnement. Les provinces et les grandes villes jouissent de plus de liberté que jamais pour gérer leurs affaires. Il est donc d'autant plus important de cultiver des relations avec les décideurs locaux. Les études de marché doivent viser à cerner la bonne région pour se lancer sur ce vaste marché.
- L'infrastructure faible de la Chine met hors de portée de nombreuses régions qui pourraient sembler attrayantes à un exportateur. Si vous établissez une usine dans l'intérieur du pays, où les taux de main-d'oeuvre sont faibles, vous découvrirez peut-être qu'il est impossible d'importer des fournitures et d'exporter vos produits assez rapidement pour assurer la rentabilité de votre entreprise. Les routes, les chemins de fer et les voies de communication de la Chine n'ont pas évolué au même rythme que la population et les besoins de développement du pays. Il est donc important, dans votre plan d'entreprise, de vous concentrer sur une région particulière ou un secteur unifié dans lequel vous pouvez véritablement mettre en marché vos produits ou services.
- La modernisation de l'infrastructure, pour aider à créer un marché véritablement national, constitue une priorité du gouvernement chinois, qui souhaite une participation étrangère à cette entreprise. Une des grandes réussites récentes de la Chine a été le développement des télécommunications, secteur dans lequel de grandes entreprises internationales se font maintenant concurrence, en plus d'affronter la concurrence de l'industrie intérieure, dynamique et en plein essor. Routes et ponts, chemins de fer et aéroports, formation technique, ont aussi leur importance. Les entreprises qui oeuvrent dans ces domaines voudront peut-être explorer l'application de leurs compétences en Chine.

Une économie de marché aux caractéristiques particulières

Le développement économique et politique de la Chine a suivi une voie entièrement différente de celui des pays occidentaux. Ce facteur aura de fortes répercussions sur la manière de faire des affaires en Chine.

- La Chine tente de combiner un régime à parti unique — le Parti communiste chinois —, un programme de libéralisation économique qui encourage l'investissement étranger et le développement économique rapide.
- Le passage d'une économie planifiée à une économie de marché proprement chinoise constitue une entreprise énorme et complexe, qui est loin d'être achevée et qui continuera à évoluer pendant plusieurs années. Bien que le gouvernement chinois ait retiré aux comités du parti communiste le contrôle direct de nombreuses entreprises, les dirigeants du parti occupent des postes clés à tous les paliers de l'administration.
- Les mentalités face au travail diffèrent grandement. Il y a quelques années à peine, vu l'absence de la discipline du marché, le sens de responsabilité envers le milieu de travail était faible. Les emplois étaient garantis à vie, indépendamment du rendement du travailleur. La situation change rapidement. Beaucoup de jeunes Chinois travaillent avec acharnement pour profiter des retombées de la modernisation et devenir des employés exemplaires, mais certains éléments de l'ancienne mentalité subsistent.
- Les bureaucrates dont l'emploi est typique de l'ancien système d'État (faible taux de rémunération, bureaux ternes, absence d'incitation à travailler dur ou à accepter des responsabilités) peuvent en vouloir aux entrepreneurs (étrangers ou chinois) de leur richesse et vous compliquer la vie!

La primauté du droit

Le fondement juridique et le cadre réglementaire de la Chine peuvent aussi compliquer les opérations commerciales.

- Les lois en vigueur ne correspondent parfois pas à la nouvelle conjoncture du marché. Il peut par exemple être difficile de trouver le fonctionnaire chargé de prendre des décisions ou d'approuver des projets. Il peut y avoir chevauchement entre les champs de compétence de divers ministères. Les règlements se contrediront. Vous aurez donc besoin d'un conseiller juridique chevronné possédant une présence en Chine et ayant l'expérience de l'orientation d'entreprises nord-américaines dans ce pays.

- Les notions occidentales du droit contractuel sont introduites en Chine par la voie des nombreux marchés conclus avec des partenaires étrangers. Mais les relations personnelles qu'entretiennent les parties ont souvent plus de poids que les détails du contrat écrit. Cela ne signifie pas que vous devez vous contenter d'une poignée de main pour conclure un marché, mais plutôt que les relations personnelles que vous établissez avec votre partenaire chinois revêtiront plus d'importance que vos relations personnelles avec des partenaires au Canada.
- On a souvent recours à des instruments officieux comme des lettres d'intention ou d'accord et des protocoles d'entente pour confirmer des engagements précontractuels. Bien que ces instruments ne soient pas exécutoires comme un contrat, ils sont considérés comme un signe d'engagement et jouent un rôle crucial dans l'établissement d'une relation.
- Il n'est pas rare pour des partenaires chinois de rompre des obligations contractuelles ou de solliciter une modification si les bénéfices de l'entreprise dépassent les attentes ou sont décevantes, ou encore si les objectifs des partenaires chinois diffèrent fondamentalement de ceux des Canadiens.
- Il est difficile de faire respecter les contrats en Chine. Les sociétés occidentales qui choisissent de lancer une action et d'intenter des poursuites pour rupture de contrat se rendront sans doute compte que les tribunaux ne sont pas un lieu où il est facile d'évoluer, ni un lieu toujours accueillant. Il est encore difficile de faire appliquer dans ce pays le principe du traitement national, bien qu'on ait accompli des progrès importants. Les vieilles habitudes du protectionnisme local sous-tendent ce parti pris. (Les Chinois eux-mêmes sont aussi défavorisés par cette préférence accordée aux intervenants locaux lorsqu'ils se rendent dans des provinces ou villes éloignées en Chine pour intenter des poursuites ou tenter de faire appliquer des ordonnances judiciaires.)
- Le gouvernement chinois intervient sur de nombreux fronts pour améliorer le respect de la primauté du droit. Une nouvelle génération de juristes chinois reçoit une formation en droit économique moderne. Bon nombre d'entre eux vont étudier et travailler à l'étranger et reviennent ensuite en Chine plus sensibilisés aux attitudes occidentales face au droit et à son application. Des tribunaux d'arbitrage viennent d'être créés pour assurer une médiation impartiale des différends commerciaux, bien que la plupart des avocats occidentaux nourrissent toujours des réserves à cet égard. Mais des progrès ont indéniablement été accomplis.

Attentes réalistes

- Vous rencontrerez en Chine certaines difficultés inévitables.

- Vous devez être prêt à renoncer à certains gains à court terme. Votre investissement ne rapportera sans doute pas aussi rapidement que vous le voudriez. Il se peut que vous ayez fait tout le nécessaire mais que vous deviez néanmoins composer avec certains retards inattendus. Il se peut aussi que vous traitiez avec d'excellents agents mais que vos partenaires éventuels n'aient aucune expérience commerciale et qu'ils exigent des conditions inacceptables. Il vous faudra un certain temps pour aplanir ces difficultés, et c'est pourquoi il est important de ne pas avoir d'attentes exagérées.

L'atout des PME

- Certaines de ces difficultés semblent rendre le marché chinois inaccessible, mais en réalité, beaucoup de PME (« petites et moyennes entreprises ») y obtiennent énormément de succès. Les petites sociétés peuvent exploiter des créneaux et elles jouissent d'une liberté de manoeuvre que n'ont pas les grandes sociétés dotées d'une vaste bureaucratie. Les PME peuvent offrir un accès direct à leurs véritables décisionnaires. Cet accès est important pour vos homologues chinois.
- En se préparant attentivement à exporter en Chine, les PME peuvent surmonter les désavantages liés à leur taille. Même si vous ne disposez pas des ressources d'une grande société, prenez le temps de vous préparer, d'effectuer des études de marché, de trouver des sources de soutien financier et de solliciter l'avis d'experts ayant une expérience du marché chinois.
- Les PME peuvent former des alliances stratégiques avec de grandes multinationales ou des sociétés chinoises.
- Elles peuvent exporter de la technologie et assurer un soutien de gestion aux termes d'un contrat de licence ou d'exploitation contre redevances.
- Les PME sont mieux placées pour négocier et peuvent se contenter d'une marge de bénéfice inférieure étant donné que leurs frais généraux sont généralement plus faibles que ceux des grandes sociétés.

Le défi pour les PME

- Il faut du temps, de l'argent et de l'énergie pour faire des affaires en Chine. Les dirigeants et les membres clés du personnel technique doivent aussi s'engager à se rendre en Chine quelques fois par année pour s'occuper de la promotion de l'entreprise, de l'établissement de relations et de la recherche de débouchés précis. Cela signifie que des ressources productives doivent être détournées d'autres activités et consacrées à des objectifs dont la réalisation peut prendre un certain temps et qui ne produiront pas un rendement immédiat.

- La valeur d'une PME réside souvent dans son savoir (propriété intellectuelle ou procédés). La Chine n'a pas très bonne réputation en matière de protection de la propriété intellectuelle, et bien qu'elle s'efforce vraiment d'améliorer la situation, l'on entend encore parler de sociétés canadiennes et étrangères dont l'avenir est compromis parce que leur technologie a été adoptée sans qu'elles soient convenablement rémunérées.
- Beaucoup de PME vendent des services. Or les clients chinois hésitent encore à payer pour ces services. Ils demandent souvent une consultation gratuite et offrent d'intégrer le coût de celle-ci dans des occasions de fabrication (et de vente) futures.
- Faire des affaires en Chine, cela coûte cher. Les voyages à destination de ce pays sont coûteux, comme le sont également les travaux requis pour adapter le produit ou le service d'une entreprise aux goûts, aux besoins et aux conditions de l'endroit. Signalons par exemple la nécessité de produire une documentation en chinois pour décrire votre société et ses produits.
- Une société a également besoin d'un partenaire sur place pour s'occuper des affaires (comme un agent, un distributeur, un représentant). Vu les différences culturelles et la fragilité de l'infrastructure de distribution, la simple recherche du partenaire idéal pose un défi de taille.
- Dernier conseil, qui n'est certes pas le moindre : il ne faut jamais improviser l'intégration de la Chine à un plan de développement des exportations. Il y a trop d'aspects dont il faut tenir compte pour assurer le succès de cette initiative.

Réussites de PME canadiennes

Bien que la Chine soit un marché d'exportation hasardeux, beaucoup de PME canadiennes ont connu du succès. Voici trois sociétés représentant différents secteurs qui ont trouvé en Chine un marché pour leurs produits et services.

- La société **Global Gourmet Foods** a connu le succès lorsqu'elle a lancé son programme « Annie's Kiosks » à Beijing en novembre dernier. Ce programme de restaurants-minute utilise des produits alimentaires canadiens et collabore étroitement avec son fournisseur principal, les aliments Maple Leaf. Au début, Global s'est heurté à un certain nombre des problèmes rencontrés fréquemment par les entreprises étrangères qui pénètrent le marché chinois (information inexacte sur le marché, difficulté à trouver un bonne formule, etc.). Toutefois, son patient partenariat avec la société des transports en commun de Beijing lui a énormément redonné confiance, a diminué le nombre de risques courus au début, et l'a aidé à mieux saisir la réalité du monde des affaires en Chine.

- La société **AMR Technologies Inc.** produit et commercialise une catégorie spéciale de minéraux industriels très purs de grande valeur que l'on désigne sous le nom de terres rares. Elle a établi avec succès deux coentreprises à participation majoritaire en Chine. Ces deux coentreprises sont vite devenues rentables après leur création et ont ensuite pris une grande expansion dans ce domaine d'activité au cours des six dernières années. Depuis ses deux usines chinoises, la société exporte plus de 90 % de sa production au Japon, en Corée, aux États-Unis et en Europe. Ses recettes pour 1998 devraient dépasser 30 millions de dollars américains. AMR est une entreprise publique canadienne inscrite à la Bourse de Toronto sous le symbole AMR.
- En juin dernier, la maison d'édition canadienne **Alpha Communications Corp.** a signé un contrat avec la plus grande maison d'édition de Chine, **China International Publishing Group (CIPG)**. CIPG a ouvert les portes du marché de l'éducation à **Alpha Communications Corp.** en lui permettant de vendre ses livres directement aux écoles chinoises. **Alpha Communications Corp.** profite de l'explosion du marché de l'enseignement de l'anglais langue seconde et elle s'attend à ce que ses manuels soient utilisés dans les écoles chinoises d'ici l'an 2000.

Planifier votre première visite en Chine

Pour connaître la Chine

Vous pouvez commencer à découvrir la Chine à votre ordinateur. Si vous n'avez aucune expérience du milieu des affaires en Chine, commencez à lire des documents généraux qui vous aideront à mieux connaître ce marché. Voici d'excellents sites Web où vous pouvez commencer à explorer ce pays :

- www.chinavista.com
- www.china.com
- www.chinapoint.com
- www.sinosource.com
- www.chinatoday.com
- www.chinapages.com
- www.moftec.gov.cn (ministère du Commerce extérieur et de la Coopération économique)
- www.ccpit.org (Conseil chinois de promotion du commerce international et Chambre du commerce international de Chine)

Avez-vous déjà une idée de l'endroit où vous essayerez de mettre en marché vos produits ou services? Voulez-vous en savoir davantage au sujet d'une région précise du pays? Certains des grands centres urbains de Chine ont des pages Web :

Beijing :

- www.flashpaper.com/beijing/
- www.chinavista.com/beijing/home.html

Dalian :

- www.dalian-gov.net

Guangzhou :

- www.guangzhou.com
- www.guangzhou.gd.cns
- www.gdboi.com

Nanjing :

- www.chinapages.com/jiangsu/nanjing/nanjing.htm
- www.chinavista.com/nanjing/home.html

Shanghai :

- www.chinavista.com/shanghai/home.html
- china-window.com/shanghai/mlink/eindex.html
- www.sh.com

- www.shanghai-ed.com
- www.shanghaiguide.com

Shantou :

- www.shantou.gd.cn

Suzhou :

- www.chinavista.com/suzhou/home.html

Xiamen :

- www.chinavista.com/xiamen/home.html

Commencez aussi à suivre l'actualité commerciale, économique et politique en Chine. Deux quotidiens de Hong Kong offrent une excellente couverture de la Chine. Le *South China Morning Post* a une édition sur Internet dont l'adresse est www.scmp.com. Le *Asian Wall Street Journal* renferme également des articles sur le milieu des affaires en Chine, et l'on peut s'abonner à l'édition sur Internet dont l'adresse est www.awsj.com. Des hebdomadaires axés sur l'Asie comme *Far Eastern Economic Review* et *Asiaweek* renferment également des reportages sur les affaires en Chine.

Une autre excellente source d'articles sur les affaires axée exclusivement sur la Chine est *Business China*, publiée toutes les deux semaines par l'Economist Intelligence Unit. Cette publication est coûteuse, mais elle renferme des reportages de haut calibre au sujet de l'actualité sur le marché chinois.

Votre adhésion au Conseil commercial Canada-Chine vous permettra également de cultiver des relations et de recueillir des renseignements.

Allez en Chine. Participez à une mission commerciale. Arrangez-vous pour rencontrer des dirigeants d'entreprise chinois en visite au Canada.

Publications sur les affaires en Chine

Il existe une foule de guides utiles destinés aux entreprises désireuses de pénétrer le marché chinois. Signalons notamment un guide destiné expressément à l'entrepreneur canadien, *Briefings for Business : China*, publié par la Fondation Asie Pacifique du Canada. Mis à jour deux fois par année, ce guide renferme une information utile sur les pratiques commerciales chinoises. On peut l'obtenir par courrier électronique en écrivant à l'adresse suivante : kirsten@apfc.apfnet.org ou en téléphonant à la Fondation Asie Pacifique à Vancouver au (604) 684-5986. L'adresse Internet de la Fondation est www.apfnet.org.

Parmi les guides traitant de questions techniques comme les règlements sur l'investissement étranger et l'utilisation des sols, mentionnons *Investment in China : A Question and Answer Guide on How to do Business* de Wang Yongjun (Amacom, New York, 1996) et *The Business Guide to China* de Laurence Brahm (Butterworth-Heinemann, 1997).

Pour les questions touchant l'étiquette commerciale chinoise, consultez *Passport China : Your Pocket Guide to Chinese Business, Customs and Etiquette* de Jenny Li (World Trade Press, 1996) ou *Business China : A Practical Guide to Understanding Chinese Business Culture* par Peggy Kenna (NTC Publishing Group, 1994). On peut acheter tous ces livres par commande postale auprès de *Books For Business* de Toronto au numéro sans frais 1-800-668-9372.

Vous pourriez aussi lire le livre de Rainer Thomm, *China : Mission impossible?*, qui explique les pratiques d'affaires qui ont généralement cours en Chine ainsi que la façon de pénétrer le marché chinois et de s'y tailler une place. Tout ce qui concerne le livre se trouve dans le site Web, à l'adresse www.chinareads.com.

Guides à l'intention des exportateurs

Les PME voudront peut-être acheter des guides généraux destinés aux exportateurs canadiens. Le **Guide des services d'exportation** présente une vue générale des services d'exportation offerts aux entreprises canadiennes; on peut l'obtenir auprès des Centres du commerce international (CCI) qui se trouvent dans chaque province. *Exporting from Canada* (Self Counsel Press, North Vancouver, 1994) est un autre guide utile.

La Chambre de commerce du Canada et la Banque de développement du Canada (BDC) ont produit une bande vidéo intitulée *Le virage mondial* qui donne aux PME des conseils sur le développement des marchés internationaux. Elle montre comment analyser un marché d'exportation et élaborer un plan de marketing. La bande vidéo se vend 19,95 \$; on peut se la procurer en communiquant sans frais avec la BDC au 1-888-INFO-BDC.

Sites Internet du gouvernement sur les PME et l'exportation

Équipe Canada a deux sites Internet importants destinés aux exportateurs canadiens. Le site www.infoexport.gc.ca vise à aider les sociétés canadiennes dans leurs démarches d'exportation. Vous y trouverez notamment des renseignements sur les missions commerciales d'Équipe Canada, des études de marché réalisées par le MAECI et des renseignements sur les Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC).

Le site exportsource.gc.ca vise explicitement à aider les PME canadiennes à se préparer à exporter. On y trouve des renseignements sur la préparation en vue d'une foire commerciale, la planification d'un voyage d'affaires, l'élaboration d'un plan d'exportation et le recensement de débouchés d'exportation internationaux. Ce site recommande aussi d'autres adresses

Internet utiles, comme celles d'organisations régionales telle l'Agence de promotion économique du Canada atlantique. Les PME trouveront particulièrement utile la section « Préparation à l'exportation ».

Un troisième site Web utile est celui d'Industrie Canada, soit *Strategis*, à strategis.ic.gc.ca. Il s'agit du plus important site d'information sur les affaires du Canada et il peut aider les PME à évaluer leur capacité d'exportation, à obtenir des renseignements sur les affaires, des statistiques et des données commerciales, ainsi qu'à se concentrer sur d'importantes questions qu'il faut se poser pour se préparer à exporter.

Liaisons

Il existe de bonnes liaisons entre le Canada et la Chine. Les transporteurs internationaux offrent des vols directs à partir des grandes villes nord-américaines, y compris Vancouver et Toronto. Pour faire des réservations et obtenir des renseignements, veuillez communiquer avec votre agent de voyages.

En Chine même, il existe un bon réseau de lignes aériennes qui offrent des vols quotidiens à destination de la plupart des villes de Chine depuis des grands centres comme Hong Kong, Shanghai et Beijing.

Visas

Pour aller en Chine, les Canadiens doivent se munir d'un visa. Pour obtenir un visa d'affaires, vous aurez besoin d'un passeport canadien valide, d'une lettre d'invitation et d'une photo de passeport. La lettre d'invitation doit provenir d'une société, d'une organisation officielle ou d'un organisme d'État chinois. Les missions diplomatiques canadiennes ne peuvent pas produire ces lettres.

Il faut compter cinq jours ouvrables pour obtenir un visa, qui coûte 50 \$. On peut en obtenir un d'urgence en 24 heures contre un supplément de 40 \$. (Il s'agit des frais en vigueur actuellement, qui peuvent changer.)

Un visa est ordinairement valable pour une seule entrée en Chine, mais l'on peut aussi obtenir des visas à deux entrées. Si vous devez vous rendre à Hong Kong après être entré en Chine et que vous comptez retourner en Chine, vous aurez besoin d'un visa à deux entrées. Les Canadiens n'ont pas besoin d'un visa pour se rendre à Hong Kong.

Vous pouvez obtenir un visa auprès de l'ambassade de Chine à Ottawa ou d'un des trois consulats de Chine situés à Toronto, Vancouver et Calgary :

Ambassade de la République populaire de Chine
Section consulaire

515, rue Saint-Patrick
Ottawa (Ontario)
K1N 5H3
Tél. : (613) 789-9608
Télé. : (613) 789-1414

Consulat général de la République populaire de Chine

Section des services consulaires et des visas

240, rue St. George

Toronto (Ontario)

M5R 2P4

Tél. : 416-324-6464/6466/6491

Télé. : 416-324-6468/9013

Consulat général de la République populaire de Chine

Section des services consulaires et des visas

3380 Granville Street

Vancouver (C.-B.)

V6H 3K3

Tél. : (604) 734-0704

Télé. : (604) 736-4343

Consulat général de la République populaire de Chine

Section des services consulaires et des visas

Pièce 1011, 6th Avenue S.W.

Calgary (Alberta)

Tél. : (403) 264-3322

Télé. : (403) 264-6656

Visas que doivent obtenir les visiteurs chinois au Canada

En 1997, l'ambassade du Canada à Beijing a reçu plus de 30 000 demandes de visa de visiteur, dont 90 % ont été acceptés. Certains requérants étaient des voyageurs d'affaires.

Les motifs de refus les plus fréquents sont l'absence des documents à l'appui et les doutes au sujet de la bonne foi du requérant. La Chine se classe au premier rang pour le nombre de citoyens qui arrivent à nos ports d'entrée sans posséder les documents requis (demandeurs du statut de réfugié). Voici quelques conseils pour faire en sorte que les demandes de visa soient traitées de manière efficiente.

Si vous avez l'intention d'inviter un dirigeant d'affaires chinois au Canada, envoyez-lui les documents suivants, qu'il devra joindre à sa demande :

- 1) Une lettre d'invitation formelle incluant votre nom, votre titre, votre adresse d'affaires, les numéros de téléphone et de télécopieur d'une personne à contacter, le nom et le titre de la personne que vous invitez, la durée prévue de la visite, un bref résumé des motifs pour lesquels vous invitez la personne et une déclaration précisant qui assumera les frais du voyage;
- 2) Une copie de tout document supplémentaire décrivant les activités d'affaires auxquelles on se livrera durant la visite ou les affaires déjà menées avec la personne invitée; ces documents peuvent inclure entre autres les suivants :
 - Contrats, commandes, connaissements ou ententes de service.
 - Documents précisant les noms, titres, adresses et numéros de téléphone et de télécopieur des tiers auprès desquelles vous avez organisé des réunions avec la personne invitée.
 - Copie notariée de votre document d'immigration (si vous êtes un résident temporaire du Canada, afin de prouver que vous êtes légalement au Canada).
- 3) En outre, si vous n'avez jamais invité de dirigeants d'affaires chinois ou n'en avez pas invité depuis deux ans, une copie de votre document d'enregistrement d'entreprise ainsi qu'une copie du résumé de l'Avis de cotisation pour votre société de Revenu Canada.

Veillez à ce que le demandeur chinois joigne cette documentation à sa demande de visa, qu'il doit présenter à l'ambassade du Canada. L'exhorter à présenter la demande dans les plus brefs délais. La plupart des retards que les visiteurs rencontrent sont attribuables aux procédures internes de la Chine. Il faut prévoir au moins cinq jours ouvrables pour le traitement des visas.

Les procédures chinoises pour l'obtention d'un passeport et d'une permission de voyager sont complexes et longues. De plus, parce que beaucoup d'entreprises sont encore administrées par l'État, il se peut que le gouvernement chinois considère leurs représentants comme des fonctionnaires, ce qui peut retarder le processus d'obtention d'un visa. Le ministère des Affaires étrangères (MAE) est chargé de soumettre aux ambassades toutes les demandes de visa pour les délégations officielles. Il s'agit là d'une exigence du gouvernement de la République populaire de Chine. Le MAE peut prendre plusieurs semaines à soumettre les demandes, réunir les passeports et les remettre à leurs détenteurs après que les responsables canadiens ont pris une décision.

Vaccinations et santé

Pour obtenir l'information la plus récente sur les voyages à destination de la Chine ainsi que des renseignements sur les exigences de vaccination et les risques pour la santé, veuillez consulter le site du MAECI :

www.dfait.maeci.gc.ca/english/travel/cosmos/francais/TF055000.HTM (français)

Certaines séries de vaccinations prennent plusieurs mois; il est donc recommandé de s'y prendre longtemps d'avance.

Votre régime provincial d'assurance médicale ne s'applique peut-être pas aux soins d'urgence reçus à l'étranger. Vérifiez les conditions qui s'appliquent avant votre départ pour la Chine afin de déterminer si vous aurez besoin d'une assurance médicale supplémentaire pendant votre séjour à l'étranger. Souscrivez à une assurance qui absorbera les frais d'une évacuation médicale d'urgence. Certaines grandes villes de Chine disposent d'installations médicales de type occidental qui peuvent s'occuper des problèmes courants, mais les cas plus graves nécessitent presque toujours une évacuation vers Hong Kong ou le Canada.

Renseignements commerciaux : où et comment se les procurer

Avant votre départ

Les PME ne disposent souvent pas de renseignements commerciaux à jour, ce qui compromet leur succès sur le marché d'exportation. En Chine, des entreprises étrangères de toutes les tailles, qui ont mal fait leurs études de marché, tentent de mettre en marché des produits ou services inadaptés à ce pays. On ne peut pas supposer que les goûts, le pouvoir d'achat et les valeurs des consommateurs chinois correspondent à ceux des ménages canadiens.

Faites le plus possible vos études de marché avant votre départ du Canada. Comme il n'y a pas de source unique d'information, vous devrez recueillir les renseignements auprès d'un vaste éventail de sources :

- Quelles questions devez-vous poser pour déterminer si la Chine est un bon marché pour vos produits ou services? Le site exportsource.gc.ca d'Équipe Canada peut aider les PME à cerner des débouchés.
- Le *Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong 1998* du MAECI décrit les possibilités qui existent dans divers secteurs en Chine, y compris ceux de l'agriculture, des produits alimentaires et des secteurs connexes, de l'énergie électrique, de l'environnement, de l'exploitation forestière et des technologies de l'information et des télécommunications. Pour obtenir cette publication, veuillez communiquer avec l'InfoCentre.
- Les experts du Centre des études de marchés d'Équipe Canada ont produit un certain nombre d'études de marchés sur la Chine. Consultez le site www.infoexport.gc.ca ou communiquez avec l'InfoCentre.
- Industrie Canada offre des liens à diverses sources de renseignements commerciaux à son site strategis.ic.gc.ca. Le moteur de recherche de ce site vous permet également d'accéder à une liste de publications nombreuses sur les conditions du marché existant en Chine, la place des Canadiens sur le marché chinois et d'autres sujets utiles.
- Un certain nombre d'organisations du secteur privé, au Canada et en Chine, peuvent effectuer des études de marché pour vous. Le Conseil commercial Canada-Chine (CCCC) et les experts-conseils qu'il recommande peuvent vous aider à effectuer les études de marché que vous ne pouvez peut-être pas mener vous-même, faute de ressources.

- L'Economist Intelligence Unit a également produit un certain nombre de rapports de recherches sur la Chine, y compris des guides d'investissement sur diverses villes et régions de la Chine et des études sur des secteurs comme celui des soins de santé. Ces publications coûtent fort cher en général, mais elles constituent une excellente source d'information commerciale récente.

Recherche de base en Chine

À votre arrivée en Chine, vous ferez vous-même une part de votre recherche de base en déterminant les chances de mise en marché de votre proposition d'affaires. Mais il vous faudra peut-être aussi engager un expert sur place pour mener des recherches additionnelles qu'il vous serait difficile d'effectuer. Cherchez des experts-conseils qui possèdent une grande expérience du marché chinois, qui ont de bonnes relations sur place et qui ont fait leurs preuves auprès d'autres entreprises.

- L'ambassade du Canada à Beijing et les consulats à Shanghai, Guangzhou, Hong Kong et Chongqing disposent d'une information, et leurs délégués commerciaux peuvent vous communiquer des renseignements commerciaux importants.
- Rencontrez les représentants de cabinets d'experts-conseils compétents en Chine. Déterminez s'ils peuvent vous aider. Vous devriez envisager d'avoir recours tant à des cabinets chinois (publics et privés) qu'à des spécialistes expatriés qui s'occupent de faciliter l'investissement et le commerce internationaux.

Rôle du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international - Direction de la Chine

De concert avec l'ambassade du Canada à Beijing et les consulats généraux à Shanghai, Guangzhou, Hong Kong et Chongqing, la Direction de la Chine et de la Mongolie du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, à Ottawa, peut offrir des renseignements commerciaux importants aux sociétés canadiennes désireuses de mener des affaires en Chine. De nombreux fonctionnaires du Ministère s'occupent de dossiers liés à la Chine, mais la Direction de la Chine et de la Mongolie, qui assume la responsabilité générale pour les relations économiques et commerciales du Canada avec la Chine, peut être un bon point de contact initial.

Grâce à son réseau de relations et ses sources de renseignements commerciaux, la Direction de la Chine et de la Mongolie peut vous aider à évaluer votre marché cible éventuel et vous conseiller, notamment en ce qui concerne l'accès au marché. La Direction a une série de documents d'information standard, y compris l'édition 1998 du *Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong*, qui fournissent un aperçu général des relations du Canada avec

la Chine. Il existe aussi un certain nombre d'études de marché portant sur des secteurs précis qu'on peut obtenir de l'InfoCentre.

Pour leur permettre de mieux vous aider, vous devez fournir au MAECI et aux missions du Canada en Chine le plus d'information possible sur votre entreprise et vos marchés cibles. Il va sans dire que cette information est considérée comme confidentielle sur le plan commercial. Les renseignements que vous obtiendrez vous permettront de commencer à tirer parti du réseau de promotion du commerce du MAECI. Les fonctionnaires de la Direction de la Chine de la Mongolie sont quotidiennement en rapport avec les délégués commerciaux du Canada affectés en Chine.

Le Service des délégués commerciaux fait valoir les intérêts économiques du Canada sur le marché mondial. Sur un marché aussi complexe et hasardeux que celui de la Chine, il faut faire appel à une foule de services pour soutenir la concurrence. Donnez un coup de fil à la Direction de la Chine et de la Mongolie!

• **Direction de la Chine et de la Mongolie**

Ministère des Affaires étrangères et Commerce international

125, promenade Sussex

Ottawa (Ontario)

K1A 0G2

Tél. : (613) 996-0905

Télec. : (613) 943-1068

Les Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC)

Les Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) peuvent aider les nouveaux exportateurs à obtenir des informations sur les services, programmes et règlements gouvernementaux. Ces centres résultent de la coopération entre des organisations fédérales, provinciales et privées; il y en a 12, situés dans les grandes villes du Canada.

Il suffit de composer le numéro sans frais 1-888-811-1119, pour obtenir la communication avec le CSEC le plus près. Chaque CSEC offre divers produits et services pour aider les clients à obtenir rapidement une information commerciale exacte et complète. Les CSEC réduisent au minimum les chassés-croisés téléphoniques, l'information inexacte et les services gouvernementaux faisant double emploi. Cela permet aux clients de prendre des décisions d'affaires éclairées.

Pour en savoir davantage au sujet des CSEC, consultez le site Internet www.cbsc.org.

Les centres de commerce international (CCI)

Les exportateurs d'expérience et les entreprises prêtes à exporter peuvent s'adresser aux Centres du commerce international (CCI), qu'on trouve partout au Canada et qui ont été créés pour aider les PME à profiter des occasions d'exportation.

Les agents des CCI font partie d'un réseau international d'agents commerciaux travaillant dans les grandes villes du Canada et dans plus de 125 pays. Ils veillent à ce que votre société reçoive la formation la plus pertinente pour ses besoins d'exportation. Les CCI ont pour mission de fournir aux exportateurs canadiens une information sur les marchés internationaux, les coentreprises et les possibilités de transfert de technologie, les missions et foires commerciales, et les conférences et colloques sur le commerce. Les sociétés qui élaborent leurs plans de marketing ont aussi intérêt à faire appel aux CCI avant de communiquer avec un délégué commercial à une des missions du Canada en Chine.

Voici les numéros de téléphone et de télécopieur des CCI au Canada :

	Téléphone	Télécopieur
St. John's	(709) 772-5511	(709) 772-2373
Charlottetown	(902) 566-7443	(902) 566-7450
Halifax	(902) 426-7450	(902) 426-5218
Moncton	(506) 851-6452	(506) 851-6429
Montréal	(514) 283-6328	(514) 283-8794
Toronto	(416) 973-5053	(416) 973-8161
Winnipeg	(204) 983-4540	(204) 983-3182
Regina	(306) 780-6325/6124	(306) 780-8797
Saskatoon	(306) 975-5315	(306) 975-5334
Calgary	(403) 292-4575	(403) 292-4578
Edmonton	(403) 495-2944	(403) 495-4507
Vancouver	(604) 666-0434	(604) 666-0954

Aide régionale

Plusieurs organisations régionales peuvent vous fournir une aide supplémentaire. Il y a l'Agence de promotion économique du Canada atlantique dans la région de l'Atlantique, Développement économique Canada pour les régions du Québec¹⁹, au Québec, et Diversification de l'économie de l'Ouest (DEO) dans l'Ouest.

Pour mieux connaître les services offerts par chacun de ces organismes régionaux, consultez la page Web exportsource.gc.ca/expkit_3F/navxx.html sous « Quoi de neuf » (en anglais "What's new").

L'InfoCentre

L'InfoCentre du MAECI est un service d'aiguillage et un centre d'information où les Canadiens peuvent obtenir des renseignements sur les marchés internationaux et la politique étrangère du Canada. Les membres du personnel de l'InfoCentre peuvent conseiller les exportateurs sur toute la gamme des programmes commerciaux, des services et des publications du MAECI, en plus de fournir des renseignements, des conseils et une aide technique.

On peut obtenir les publications en composant le numéro sans frais 1-800-267-8376 ou, dans la région de la capitale nationale, le (613) 944-4000. Les demandes peuvent également être envoyées par télécopieur au (613) 996-9709 ou transmises par courrier électronique à l'adresse sxci.enqserv@extott09.x400.gc.ca.

L'InfoCentre gère également un système interactif d'envoi par télécopieur sur demande qui assure l'accès aux publications du Ministère. Le système **FaxLink Intérieur** renferme une grande variété de documents sur le commerce et la politique étrangère et n'est accessible qu'au Canada. Pour joindre le système, vous devez composer le (613) 944-4500 sur le combiné de votre télécopieur (il faut absolument joindre le système à partir du téléphone de votre télécopieur). Le système fonctionne 24 heures sur 24, sept jours sur sept. Les frais d'interurbain s'appliquent.

Le MAECI a produit des études de marché sur la Chine au sujet des secteurs suivants en Chine, et l'on peut se les procurer à partir du site Web Infoexport :

- Le marché de la lutte contre la pollution atmosphérique, décembre 1997
- Le marché des aéronefs et pièces en Chine, juin 1996
- Le marché de l'aménagement aéroportuaire en Chine, août 1996
- Le marché des boissons alcoolisées en Chine, juillet 1998
- Le marché des services architecturaux en Chine, janvier 1997
- Le marché de la biotechnologie en Chine, juillet 1998
- Le marché de l'eau en bouteille en Chine, juillet 1998
- Le marché des confiseries en Chine, juillet 1998
- Le marché du mobilier de bureau à Hong Kong, juin 1997
- Le marché des services de construction en Chine, janvier 1997
- Le marché de la transmission de données en Chine, avril 1998
- Le marché du franchisage en Chine, juin 1997
- Le marché de la construction routière en Chine, avril 1997
- Le marché de la construction routière en Chine, mai 1997
- Le marché des boissons non alcoolisées en Chine, février 1998
- Le marché des aliments transformés en Chine, janvier 1998
- Le marché des télécommunications en Chine, octobre 1997
- Matériaux de construction – Chine

Pâtes et papiers – Chine
Transfert de technologie - Chine

WIN Exports

WIN Exports est la base de données informatisée du MAECI dans laquelle sont inscrits les exportateurs canadiens et leurs capacités. Le système est utilisé par les délégués commerciaux au Canada et à l'étranger ainsi que par les partenaires d'Équipe Canada, c'est-à-dire les ministères fédéraux et provinciaux qui s'occupent de promotion du commerce international et les CCI, pour communiquer des renseignements, tenir compte des services fournis et faire correspondre des sociétés comme la vôtre à des besoins étrangers.

Les délégués commerciaux canadiens utilisent la base de données de WIN Exports pour mieux connaître votre société et trouver des exportateurs canadiens afin de répondre aux dizaines de milliers de demandes qu'ils reçoivent chaque année d'acheteurs étrangers éventuels. L'information sur les sociétés fournie à WIN Exports peut être rapidement imprimée et communiquée aux acheteurs, importateurs, distributeurs et partenaires étrangers éventuels.

Seuls les exportateurs ou les entreprises prêtes à exporter qui s'attendent à exporter prochainement peuvent s'inscrire. Vous devez être inscrit avant de pouvoir communiquer avec un délégué commercial à une des missions du Canada en Chine. L'inscription est gratuite. Vous pouvez télécopier votre demande d'inscription sur le papier en-tête de votre société à la Direction du développement des exportations, MAECI, au 1-800-667-3802 ou (613) 944-1078 dans la région de la capitale nationale. Vous pouvez également obtenir un formulaire d'inscription WIN en direct à :

www.infoexport.gc.ca/section2/winexp2-e.asp (anglais)

www.infoexport.gc.ca/section2/winexp-f.asp (français)

Le Conseil commercial Canada-Chine (CCCC)

Le CCCC est une association du secteur privé à but non lucratif constituée en société en 1978 pour faciliter et promouvoir le commerce et l'investissement entre le Canada et la République populaire de Chine. Les petites et moyennes entreprises forment 60 % des membres du CCCC.

Le CCCC a pour mandat de stimuler et d'appuyer le commerce de biens et de services, l'investissement et le transfert de technologie; de favoriser la croissance économique et le resserrement des liens entre le Canada et la Chine; d'assurer une aide pratique et ciblée aux entreprises; et d'être le porte-parole du milieu des affaires canadien en ce qui a trait aux relations entre le Canada et la Chine, tant auprès du gouvernement que du grand public.

Les PME qui ne peuvent pas se permettre de maintenir une présence à temps plein en Chine

trouveront sans doute fort utile la gamme de services offerts. Le CCCC offre notamment à ses membres les services suivants : réunions de concertation, études de marché, soutien stratégique, conseils, trucs et stratégies de négociation, organisation de programmes commerciaux et prestation de services de logistique et de traduction.

Maillage

Le CCCC offre à ses membres l'occasion d'étendre leurs relations d'affaires en organisant périodiquement des déjeuners et des activités à Beijing, Toronto, Vancouver et Montréal. L'assemblée générale annuelle (AGA) de la CCCC attire des conférenciers de marque et comporte des groupes de discussion qui se penchent sur d'importants enjeux commerciaux. Durant les visites fédérales et provinciales en Chine, le CCCC s'occupe de coordonner les programmes d'affaires et les séances de maillage avec des homologues chinois compatibles.

Le CCCC a également produit un répertoire complet des sociétés et spécialistes canadiens en Chine. Le répertoire renferme des renseignements sur les contacts et les services commerciaux, un guide utile sur les affaires en Chine et une information sur les services du CCCC, ainsi que sur l'ambassade et les consulats du Canada.

Le CCCC a son siège à Toronto et d'autres bureaux à Vancouver, Beijing et Shanghai. Pour en savoir davantage sur l'adhésion au CCCC, ainsi que sur les services et activités offerts, veuillez consulter le site Web www.ccbc.com ou communiquer avec un des bureaux du Conseil :

Siège social

110, rue Yonge

Bureau 802

Toronto (Ontario) M5C 1T4

Tél. : (416) 954-3800

Télec. : (416) 954-3806

Bureau de l'Ouest

Suite 2600

515 West Hastings Street

SFU at Harbour Centre

Vancouver (C.-B.)

V6B 5K3

Tél. : (604) 291-5190

Télec. : (604) 291-5039

Bureau de Beijing

CITIC Building

Suite 18-2

19 Jianguomenwai Street

Beijing 100004

Tél. : 86-10-6512-6120 ou

86-10- 6500-2255, poste 1820/1821/1822

Télé. : 86-10-6512-6125

Bureau de Shanghai

South Tower, Hong Kong Plaza

283 Huai Hai Zhong Road

Shanghai 200021

Tél. : 86-21-6390-6791

Télé. : 86-21-6219-3118

Mécanismes de financement du commerce

La Société pour l'expansion des exportations (SEE)

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) est une institution financière unique en son genre qui, depuis 1944, aide les entreprises canadiennes à croître et à prospérer au moyen de l'exportation et de l'investissement international. Ses mécanismes perfectionnés de financement du commerce peuvent aider les exportateurs à soutenir la concurrence dans plus de 200 pays, notamment sur les marchés nouveaux et à risque élevé.

La SEE appuie depuis longtemps les exportateurs et investisseurs canadiens sur le marché chinois. En effet, depuis 1979, elle a appuyé plus de 250 contrats canadiens d'une valeur supérieure à 5 milliards de \$ en biens et services canadiens. La SEE offre un éventail de programmes d'assurance, de financement, de garantie et de cautionnement pour aider les entreprises canadiennes à pénétrer le marché chinois ou à y développer leurs affaires.

Services d'assurance à l'exportation

Les services d'assurance de la SEE incluent ce qui suit :

- Assurance sur les ventes à crédit à court ou à moyen terme;
- Assurance et garantie d'exécution à l'intention des soumissionnaires;
- Assurance-cautionnement;
- Assurance-équipement (risque politique);
- Assurance-investissement à l'étranger.

Les programmes d'assurance de la SEE protègent les exportateurs contre diverses pertes attribuables à des risques commerciaux et politiques. Signalons par exemple l'insolvabilité des acheteurs, le défaut de paiement, le refus de biens, la résiliation de marchés, les difficultés liées au change et aux paiements de transfert, un état de guerre, de révolution ou d'insurrection qui empêche le paiement, l'annulation des permis d'importation ou d'exportation gouvernementaux, les appels injustifiés de lettres de garantie d'exécution et l'incapacité à rapatrier des immobilisations ou du matériel à cause de problèmes politiques.

Services de financement des exportations

Les services de financement de la SEE incluent les suivants :

- Lignes de crédit auprès de banques étrangères et d'organismes à l'échelle mondiale;
- Achat de billets à ordre;
- Prêts directs à l'acheteur;
- Mécanismes de financement de risques.

Les services de financement de la SEE permettent aux exportateurs canadiens d'offrir à leurs clients des mécanismes de financement souples à moyen ou à long terme. L'appui est accordé pour la vente d'équipement et de services, les modalités de remboursement pouvant

généralement s'étendre sur 10 ans, compte tenu de la nature du produit ou du service. Les mécanismes financiers qu'elle applique prévoient que la SEE verse les fonds directement à l'exportateur canadien. Toutes les opérations financées doivent répondre aux critères habituels de la SEE en ce qui a trait aux retombées sur le Canada, à la capacité technique et financière de l'exportateur et à la solvabilité de l'emprunteur ou du pays.

Ouvrir des portes pour des PME

Des milliers de PME dépendent de l'appui de la SEE. Voici quelques-unes des méthodes que la SEE utilise pour aider les PME à accroître leurs exportations en Chine :

- *L'Équipe des exportateurs en essor*, qui a pour mandat exclusif d'aider les petites entreprises d'exportation à gérer les risques que comporte cette activité. Les exportateurs peuvent avoir accès à un membre de l'Équipe en composant le 1-800-850-9626. Les spécialistes de la petite entreprise peuvent immédiatement offrir une assurance et approuver les ventes à des acheteurs étrangers.
- *L'Équipe des services financiers aux PME*, qui coordonne toutes les initiatives de la SEE destinées aux PME exportatrices de biens d'équipement et de services.
- *NORTHSTAR Trade Finance Inc.*, qui, aux termes d'un partenariat conclu avec la SEE, aide les PME du Canada à renforcer leur avantage concurrentiel. NORTHSTAR a des bureaux à Vancouver et à Toronto et compte parmi ses actionnaires trois importantes banques canadiennes. Elle accorde des prêts à moyen terme (c.-à-d., pour une période d'un à cinq ans) allant de 100 000 \$ à 5 millions de \$ aux acheteurs d'exportations canadiennes. Ces prêts n'exigent pas de garantie de remboursement de la part de l'exportateur étant donné que l'assurance de la SEE protège NORTHSTAR contre un défaut de paiement par l'acheteur. Ces dernières années, Northstar s'est beaucoup concentrée sur la Chine. Les exportateurs peuvent communiquer avec NORTHSTAR au 1-800-663-9288.

Comme le marché chinois continue à évoluer, la SEE se familiarise avec les enjeux liés aux opérations touchant de nouvelles structures à risque non souverain et les nouvelles entités chinoises dynamiques. À l'instar de tous les créanciers, elle s'efforce de comprendre certains enjeux liés aux nouvelles opérations à risque en Chine. La SEE est toutefois bien placée pour envisager d'appuyer des coentreprises solvables ainsi que des projets comportant un risque d'entreprise, un risque lié à une banque commerciale et des structures de financement de projets et à recours limité.

Dans le cadre de ses démarches pour faire face aux nouveaux risques, la SEE a établi une présence permanente en Chine, ce qui lui permettra de recueillir des renseignements commerciaux améliorés sur les questions liées aux nouvelles opérations à risque. En outre, les équipes d'affaires et les spécialistes du financement et de l'assurance de la SEE suivent de près l'évolution du marché chinois pour aider la SEE à garantir les nouveaux risques afin d'appuyer les exportateurs et investisseurs canadiens.

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet de l'appui que la SEE peut fournir à des

opérations en Chine, veuillez composer le **1-888-332-3320** afin de communiquer avec le bureau de la SEE le plus près. Le numéro de télécopieur de la SEE est le **(613) 598-6697**, son adresse de courriel est le export@edc4.edc.ca tandis que son adresse Internet est le www.edc.ca.

L'Agence canadienne de développement international (ACDI)

Le Programme de la coopération industrielle (PCI) de l'ACDI, qui comporte des activités en Chine depuis 1982, encourage le secteur privé canadien à nouer des relations d'affaires à long terme avec ses partenaires dans les pays en développement. Si vous envisagez d'investir en Chine en régime de coentreprise ou en tant que propriétaire unique d'une nouvelle entreprise, le PCI peut participer aux frais d'exécution d'une étude de faisabilité et des composantes d'élaboration du projet, à l'étape de mise en oeuvre, notamment en ce qui concerne la formation et la bonification des retombées environnementales/sociales.

Le PCI réduit les risques que doivent assumer les entreprises canadiennes en absorbant une part des coûts des projets. Les secteurs qui ont attiré la plus grande participation de la part des entreprises canadiennes ont été ceux de l'énergie, de l'eau et de l'assainissement, de l'agriculture, des transports et des communications.

Pour savoir si le PCI peut vous être utile, communiquez avec un gestionnaire du programme au **819-953-5444** ou par télécopieur au **819-953-5024** ou encore par courrier électronique à info@acdi-cida.gc.ca. Vous pouvez également jeter un coup d'oeil au site Web de l'ACDI dont l'adresse est www.acdi-cida.gc.ca

L'ACDI administre la plupart des programmes d'aide au développement international du Canada, dont bon nombre dépendent de l'appui des entreprises canadiennes offert par le truchement d'experts-conseils, d'entrepreneurs et de fournisseurs. Vous pouvez également communiquer avec la Division de la gestion des marchés de l'ACDI au **819-997-7778** ou par télécopieur au **819-994-5395**.

La Banque de développement du Canada (BDC)

Prestataire de services tant de financement que de gestion, la BDC offre plusieurs services qui peuvent tout spécialement aider les PME à profiter des occasions qui s'offrent sur le marché mondial.

La BDC peut offrir une formation et des conseils aux PME qui ne possèdent pas le savoir et l'expérience requis en matière d'exportation pour progresser avec assurance. Elle peut vous aider à évaluer votre potentiel d'exportation, à améliorer votre rendement d'affaires et à préparer votre stratégie d'exportation. La BDC est en mesure d'aider les PME, exportatrices ou non, à se préparer à exporter en Chine. Pour obtenir de plus amples renseignements, composer le **1-888-INFO-BDC**; l'adresse Internet de la Banque est www.bdc.ca.

La Corporation commerciale canadienne

La Corporation commerciale canadienne (CCC) est une société d'État établie en 1946 pour aider les Canadiens à effectuer des ventes à l'étranger. Elle joue le rôle d'intermédiaire du commerce international et d'entrepreneur principal et elle offre un vaste éventail de services de passation de marchés. Elle peut aider votre société à négocier en votre faveur des contrats de vente à des conditions moins risquées. En participant en tant qu'entrepreneur principal à une vente à l'exportation, la CCC s'engage auprès de l'acheteur étranger, avec l'appui du gouvernement canadien, à ce que vous respectiez les conditions du marché.

Au moyen du Programme de paiements progressifs (PPP), la CCC peut aussi aider les PME exportatrices qui ont des difficultés à réunir des capitaux de roulement à cause de leur incapacité à obtenir des paiements anticipés auprès des acheteurs étrangers. Le PPP combine l'expertise de la CCC dans l'évaluation des risques que comportent les contrats et les capacités de prêt commercial des institutions financières canadiennes. Lorsque la CCC appuie un projet d'exportation d'une petite entreprise au moyen du PPP, l'institution financière participante assure le financement préalable à l'expédition de la vente au-delà de la marge de crédit normale de l'entreprise. Lorsque la marge de crédit appuyée par le PPP est en place, la CCC vérifie les travaux accomplis aux termes du contrat, et l'exportateur peut accéder aux paiements progressifs en conséquence.

Pour communiquer avec la CCC, veuillez composer le 613-996-0034 ou le numéro de télécopieur 613-995-2121 ou 613-947-3903. L'adresse de courrier électronique est info@ccc.ca et l'adresse Internet de la Corporation est www.ccc.ca.

Les Banques commerciales canadiennes en Chine

Pour certains services commerciaux, vous devrez peut-être faire appel à une des banques commerciales du Canada. Ces dernières offrent des conseils en matière d'investissement sur le marché chinois; des services de gestion du risque; un financement à court, moyen ou long terme; des services de crédit et de financement du commerce comme des lettres de crédit; des services de recouvrement d'effets et de recouvrement sans réserve; des garanties et un financement de créances.

On trouvera à Beijing, Shanghai et Guangzhou des succursales ou bureaux de représentant de plusieurs banques commerciales canadiennes :

Banque de Montréal
Succursale de Beijing
Bureau 1011
Bright China Changan Building
Tower One
7 Jianguomennei Avenue

Beijing, 100005
Tél. : 86-10-6510-2233
Télec. : 86-10-6510-2234

Succursale de Guangzhou
T.P. Plaza, Suite 1203
9-109 Liu Hua Road
Guangzhou, 510015
Tél. : 86-20-8669-5148
Télec. : 86-20-8669-5149

Banque royale du Canada

Bureau du représentant à Beijing
Unit 18-20, Level 6, China World Tower
China World Trade Centre
No. 1 Jianguomenwai Avenue
Beijing, 100004
Tél. : 86-10-6505-0358
Télec. : 86-10-6505-4206

Banque de Nouvelle-Écosse

Succursale de Guangzhou
Unit 1005-1007, Main Building
Guangdong International Hotel
339 Huan Shi Dong Lu
Guangzhou, 510098
Tél. : 86-20-8331-2323 or 8331-1310
Télec. : 86-20-8331-1799

Bureau du représentant à Beijing

1205-06 China World Tower
China World Trade Centre
No. 1 Jianguomenwai Avenue
Beijing, 100004
Tél. : 86-10-6505-0552
Télec. : 86-10-6505-0553

Succursale de Chongqing

Unité 501, 5/F
Chongqing Guest House
Commercial Mansion

283 Min Sheng Road
Chongqing, 400010
Tél. : 86-23-6373-3500
Télé. : 86-23-6384-1079

Banque nationale du Canada

BNC à Shanghai

1440 Yan An Road (C), 4-C

Apollo Building

Shanghai, 200040

(86-21) 6248-2316

(86-21) 6248-1928

La vie en Chine

Conseils généraux

- Les Chinois arrivent à l'heure aux réunions et autres occasions (parfois même avec cinq ou 10 minutes d'avance). Il est considéré comme impoli d'être en retard à quelque engagement que ce soit. À cause de la circulation, les déplacements dans beaucoup de villes chinoises peuvent prendre énormément de temps. Veuillez donc partir assez tôt pour arriver à l'heure à votre destination à temps.
- Prenez le temps de connaître vos homologues. Vous devrez cultiver la confiance chez votre partenaire. En Chine, les affaires s'appuient sur des relations personnelles basées sur la confiance plutôt que sur des obligations impersonnelles et légalistes. Ne précipitez pas les choses.
- La Chine peut être en pays en développement, mais, dans certains cas, les prix dépasseront ceux qui sont exigés pour des produits et services analogues au Canada. Faire des affaires en Chine, cela n'est pas bon marché. L'hébergement, les repas, les divertissements, les loyers, les services commerciaux et les autres nécessités coûtent cher. Examinez les coûts avant de partir.
- Les conditions matérielles dans les villes de Chine peuvent être pénibles à cause de la chaleur, du froid, de la poussière, du surpeuplement, du bruit, de la circulation et de la taille même des villes. Soyez prêt. Les meilleurs hôtels étrangers de Chine offrent un merveilleux refuge contre le stress que crée cet environnement, en plus de comporter des centres d'affaires dotés d'ordinateurs et d'installations de communications modernes.
- Pour des opérations et des activités de collecte d'information sérieuses, vous aurez besoin d'un guide ou d'un interprète. (Il se peut que vos hôtes chinois mettent une personne à votre disposition pour des excursions et des courses, mais pour les affaires, nous vous conseillons de trouver votre propre interprète.) Les experts-conseils basés en Chine peuvent vous aider sous ce rapport. Les guides locaux peuvent aussi vous fournir des conseils importants en matière culturelle durant votre séjour.
- La plupart des Chinois sont honnêtes. Mais la corruption et la malhonnêteté existent. Aux yeux des Chinois, les Occidentaux sont immensément riches et privilégiés. Cette disparité peut inciter certaines personnes à profiter de la vulnérabilité des autres. Soyez-en conscient. Pour les petites choses, vous pouvez vous attendre à vous « faire avoir » à l'occasion. Pour vos opérations commerciales, demandez les conseils d'un expert. La « moisson d'impôts » (c.-à-d., la perception d'impôts par les paliers successifs de la bureaucratie qui s'approprient chacun une part au fur et à mesure que les recettes remontent l'échelle) est une activité ancienne en Chine. Mais les impôts ainsi perçus n'existent pas tous en réalité!

- Les Chinois ont recours à des intermédiaires pour faire des présentations personnelles, communiquer une mauvaise nouvelle ou régler des différends. Il est possible d'avoir des disputes enflammées sans jamais affronter votre adversaire. Tout se passe par l'intermédiaire d'un tiers qui communique la position de chacune des parties sans jamais exprimer les émotions désagréables que cela pourrait comporter (bien que ces émotions puissent être signalées). Cela a pour résultat d'atténuer l'acrimonie et la gêne qui accompagnent une dispute et qui peuvent même menacer la relation fondamentale. Il s'agit d'un système extrêmement civilisé – essayez-le.
- Le divertissement constitue un élément très important des affaires en Chine. Soyez prêt à dépenser plus à ce chapitre que vous ne le feriez normalement au Canada. Pour votre homologue chinois, cela constitue un moyen important de vous connaître et d'établir de bonnes relations, bien avant la signature d'une lettre d'intention ou d'un marché. En Chine, ce divertissement comporte ordinairement des banquets, des discours, du whiskey chinois (attention!) et du karaoke.
- Les banquets font partie intégrante de la conclusion de marchés en Chine. Laissez-vous alors guider par votre homologue chinois. Prenez la place que votre hôte suggère; essayez les aliments offerts; prononcez vous aussi un discours et portez un toast. Si le karaoke fait partie du programme de la soirée, armez-vous de courage et entonnez votre chanson préférée. Cela fera plaisir à votre hôte! Si vous ne connaissez pas de chanson, apprenez les paroles de quelques chansons populaires en anglais avant votre départ pour la Chine. (« Red River Valley » est un bon choix étant donné que la mélodie est identique à celle d'une chanson très populaire du folklore chinois. Vos hôtes seront étonnés de votre connaissance du folklore chinois, en traduction anglaise de surcroît!).
- Les Chinois font preuve de beaucoup de bonne volonté, mais celle-ci risque de disparaître si vous posez un geste déplacé. Il est très courant pour les visiteurs en Chine d'offenser profondément leurs hôtes en comparant par inadvertance défavorablement la Chine aux pays occidentaux. Les Chinois savent bien que le Canada est un pays riche comparativement à la Chine et, pour certains Chinois, la situation économique de leur pays est une source d'embarras. Soyez sensible à ce sentiment. Vos amis chinois peuvent faire des remarques désobligeantes au sujet du caractère « arriéré » de leur pays, mais ne considérez pas cela comme une invitation à y ajouter vos propres critiques. Les observations positives que vous pouvez alors faire seront appréciées.

Astuces de Négociation

Depuis le début des réformes économiques, en 1978, les Chinois ont acquis la réputation d'habiles négociateurs commerciaux. Voici quelques conseils utiles à l'intention du dirigeant d'entreprise étrangère qui se propose d'aller en Chine :

- Souvenez-vous de vos principes d'affaires fondamentaux. Vous devez être sensible au climat d'affaires particulier et adapter certaines de vos attitudes et stratégies à la Chine, mais n'oubliez pas les principes qui vous ont permis de réussir au Canada et sur d'autres marchés. Les affaires sont les affaires, et en Chine comme ailleurs, vous ne devez pas perdre de vue les résultats visés.
- Le succès des négociations en Chine résulte en partie de la détermination des entreprises étrangères à conclure un marché dans ce pays. Votre espoir de réaliser des rendements élevés dans l'avenir peut vous inciter à faire des concessions exceptionnellement généreuses. Soit, à condition que votre évaluation de l'avenir soit juste. Mais ne vous laissez pas emballer par l'enthousiasme que suscite la taille même du marché chinois. Faites vos plans et vos recherches avec lucidité et envisagez clairement vos objectifs et vos résultats.
- La Chine continue à avoir besoin d'investissement étranger, de technologie de pointe et d'expertise technique. Elle est constamment à la recherche de nouvelles possibilités d'importation et d'exportation. Ses besoins sont réels et pressants. En même temps, beaucoup d'intervenants étrangers s'emploient à répondre à ces besoins. La concurrence est farouche.
- La Chine demeure un pays en développement. Beaucoup de ressources et de possibilités que nous considérons comme acquises en Occident sont difficiles à obtenir en Chine. De plus, le contrôle bureaucratique de l'activité économique peut être extrêmement complexe. Ces facteurs peuvent nuire de manière imprévisible à la liberté de manoeuvre de vos homologues chinois. Soyez sensible à ces entraves et faites preuve de tact lorsque vous en discutez.
- Les Chinois sont des hôtes sincèrement accueillants et attentifs. Ils aiment recevoir, y compris des dirigeants d'affaires étrangers. Soyez prêt à séparer l'utile de l'agréable. La camaraderie qui se manifeste au bar de karaoke le soir peut aisément céder la place à un calme professionnalisme, autour de la table de négociation, le lendemain matin.
- Les tactiques suivantes sont couramment utilisées au cours de négociations :
 - énoncer des positions initiales qui dépassent largement les résultats visés;
 - affirmer que vous devez procéder différemment parce que vous êtes en Chine;
 - profiter de votre peur d'échouer ou de perdre votre investissement;
 - menacer d'aller ailleurs pour conclure un marché;

- se dire déçu par votre entêtement;
 - faire appel à votre esprit de coopération et à votre volonté de parvenir à des avantages mutuels;
 - exprimer le désir d'établir une relation à long terme;
 - exprimer sa colère et son exaspération;
 - soumettre certaines questions à des décideurs absents (pour gagner du temps).
- Certains facteurs dont il faut tenir compte lorsqu'on négocie avec les Chinois :
 - Vous êtes venu de loin et à grands frais pour participer à ces pourparlers. Les Chinois supposeront que vous voulez aboutir à des résultats concrets dont vous pourrez faire montre au Canada. Vous devez être prêt à renoncer à votre initiative chinoise si les chiffres n'appuient pas vos attentes et vous devez le faire savoir à l'autre partie. C'est à vous de décider où vous voulez (et semblez) établir votre limite.
 - Vous n'êtes pas sur votre terrain. Les Chinois détermineront l'horaire et l'ordre du jour si ceux-ci n'ont pas été établis avant votre arrivée. Par contre, on risque d'exercer des pressions excessives sur vous en reportant les discussions véritables aux dernières heures avant votre départ. Soyez disposé à prolonger votre séjour au besoin, vous risquez de prendre vos interlocuteurs au dépourvu.
 - Les négociateurs chinois sont réputés pour leur énergie. À de longues journées de travail succéderont des banquets et des spectacles en soirée. Les journées de repos seront consacrées à des excursions. Vous ne disposerez pas de beaucoup de temps pour revoir vos positions et établir une stratégie.
 - En règle générale, évitez des manifestations de colère à la table de négociation. Même si vos interlocuteurs se fâchent, vous obtiendrez sans doute plus de succès en prenant note de cette tactique (qui est rare dans les rapports avec les Chinois) et en réagissant avec calme.
 - Évitez une séance de négociation fragmentée. Même si vous êtes accompagné d'une équipe nombreuse, c'est le représentant principal qui doit intervenir. Faites appel aux subalternes de manière formelle pour les questions spécialisées.
 - Malgré tout ce que l'on vous dira au sujet de la prépondérance des relations personnelles sur les obligations écrites, prenez des notes exhaustives, réglez tous les détails et confirmez tout par écrit!

Sources d'aide en Chine

Ambassade et consulats du Canada

Outre son ambassade à Beijing, le Canada a trois consulats en mesure d'aider les entrepreneurs canadiens prêts à exporter. Ils sont situés à Shanghai, Guangzhou et Chongqing.

Les délégués commerciaux canadiens à l'ambassade et aux consulats offrent une vaste gamme de services pour appuyer les PME canadiennes prêtes à exporter. Ils peuvent faire une analyse précieuse des conditions et possibilités actuelles sur le marché; fournir des renseignements précis sur les secteurs prioritaires de l'économie chinoise; donner des conseils au sujet des pratiques commerciales chinoises; et communiquer des renseignements sur les foires commerciales et activités connexes. Les délégués commerciaux peuvent aussi vous présenter à des clients éventuels, des fonctionnaires et des gens d'affaires.

Les délégués commerciaux de l'ambassade sont appuyés par des adjoints commerciaux recrutés sur place qui se spécialisent dans l'agriculture, l'aviation et les transports, la technologie de pointe et les télécommunications, et l'énergie et les minéraux.

Après avoir inscrit votre société dans le système WIN Exports (vous devez le faire avant de discuter avec un délégué commercial), soyez prêt à fournir à ce dernier une documentation sur votre société et des renseignements au sujet de vos produits et de vos prix. Le délégué commercial pourrait aussi vous poser les questions suivantes :

- Depuis combien de temps votre entreprise est-elle en activité?
- Quel est votre chiffre de ventes, quelle est votre part du marché, combien d'employés avez-vous?
- Quel facteur rend votre produit ou service concurrentiel au Canada (p. ex., qualité, prix, emballage, livraison, service après-vente)?
- Qui sont vos principaux clients au Canada?
- Qui sont vos principaux concurrents au Canada?
- Quels canaux de distribution utilisez-vous (c.-à-d., agents, distributeurs, autres)?
- Exportez-vous? Dans l'affirmative, vers quels pays?

Détails au sujet de vos plans d'exportation :

- Pourquoi visez-vous le marché chinois?
- Pourquoi croyez-vous jouir d'un avantage concurrentiel en Chine?
- Quelle est votre stratégie de pénétration du marché (p. ex., basée sur les prix, l'expédition, le financement)?
- Quel est votre budget de marketing?

- Quel membre de votre entreprise se concentrera sur ce marché d'exportation?
- Avez-vous une expérience du marché chinois ou d'autres marchés étrangers?
- Cherchez-vous actuellement à pénétrer d'autres marchés?
- Avez-vous communiqué avec les délégués commerciaux sur ces autres marchés?
- Quand prévoyez-vous faire votre premier voyage d'affaires en Chine?

Si vous comptez vous rendre en Chine, vous avez intérêt à communiquer les détails de votre séjour au délégué commercial longtemps d'avance.

Beijing

Ambassade du Canada
19 Dongzhimenwai Street
Chaoyang District
Beijing, 100600
République Populaire de Chine
Tél. : 86-10-6532-3536
Télééc. : 86-10-6532-4072

Shanghai

Consulat général du Canada
Tour 4, Suite 604
Shanghai Centre
1376 Nanjing Xi Lu
Shanghai, 200040
République Populaire de Chine
Tél: 86-21-6279-8400
Télééc: 86-21-6279-8401

Guangzhou

Consulat du Canada
Suite 801, China Hotel Office Tower
Liu Hua Lu
Guangzhou, 51005
République Populaire de Chine
Tél.: 86-20- 8666-0569
Télééc.: 86-20-8667-2401

Chongqing

Consulat du Canada - Chongqing
Suite 1705, Metropolitan Tower
68 Zou Rong Lu, District de Yu Zhong
Chongqing, 400010
République Populaire de Chine
Tél: 86-23-6373-8007
Télé: 86-23-6373-8026

Hong Kong

Consulat général du Canada
One Exchange Square
8 Connaught Place
Central, Hong Kong
Tel.: 852-2847-7414
Fax: 852-2847-7441

Cabinets d'avocats canadiens en Chine

On trouve actuellement à Beijing et à Shanghai un certain nombre de cabinets d'avocats canadiens :

Blake, Cassels & Graydon

Suite A-1, 21st Floor
Hanwei Plaza
Chaoyang District
Beijing, 100004
Chine

Tél. : 86-10-6561-1515
Télé. : 86-10-6561-0667

Boughton Peterson Yang Anderson

Room 1901 South Tower
Hong Kong Plaza 283
Huaihai Zhong Road
Shanghai, 200021
Chine

Tél. : 86-21-6390-6790
Télé. : 86-21-6390-7310

Bull Housser & Tupper
17F/E2, Zhao Feng Universe Building
No. 1800, Zhong Shan Road West
Shanghai, 200233
Chine
Tél. : 86-21-6440-0015
Télé. : 86-21-6440-0021

Goodman Phillips & Vineberg
1612 Office Tower One
Henderson Center
18 Jianguomennei
Dongcheng District
Beijing, 10005
Chine
Tél. : 86-10-6465-1538/6465/1539
Télé. : 86-10-6465-1353

Remedios & Co.
Unit No. 01
18th Floor, Block B
Vantone New World Plaza
#2 Fuchengmenwai Dajie
Xicheng, Beijing, 100037
Chine
Tél. : 86-10-6857-8731/8732
Télé. : 86-10-6857-8735/8730

Index des liens dynamiques pour la Chine

Associations d'affaires et liens

- Alliance des manufacturiers et exportateurs du Canada : www.palantir.ca/the-alliance
Ambassade de la République populaire de Chine à Ottawa :
www.chinaembassycanada.org/embassy-e.html
Banque de développement du Canada : www.bdc.ca
Bureau du commerce canadien à Taipei : www.ctot.org.tw
Canadian Chamber of Commerce in Hong Kong : www.cancham.com.hk
Centre de services aux entreprises du Canada : www.cbcs.org
Chinese Manufacturers Association of Hong Kong : www.cma.org.hk
Conseil chinois de promotion du commerce international (CCPCI) : www.ccpit.org
Conseil commercial Canada-Chine (CCCC) : www.ccbc.com
Federation of Hong Kong Industries : www.fhki.org.hk
Fondation Asie Pacifique : www.apfnet.org
Hong Kong Canada Business Association (HKCBA) : www.hkcba.com
Hong Kong Trade Development Council : www.tdec.org.hk/main/china.html
Ministère des Affaires étrangères et de la Coopération économique : www.moftec.gov.cn
Sinosource - Répertoire des entreprises de Chine : www.sinosource.com
Vancouver Board of Trade : www.vancouver.boardoftrade.com
Vendre au gouvernement de la RSAS de Hong Kong : www.info.gov.hk/gsd/index.htm

Sites sur les affaires et le commerce

- CETECH Corporation : www.cetech.cinet.com.cn
China BusinessNet : www.china-businessnet.com
China Economic Information : www.ce.cei.gov.cn ou www.chinaeco.com
China Trading : www.chinatradings.com
China Vista : www.chinavista.com
ChinaBig : www.ChinaBiG.com
Economist Intelligence Unit : www.eiu.com
Sinosource : sinosource.com/ftc/index.htm

Autres liens utiles pour les investisseurs et exportateurs canadiens

- Agence canadienne de développement international : www.acdi-cida.gc.ca
Banque asiatique de développement : www.asiandevbank.org
Banque mondiale : www.worldbank.org
CanadExport en direct : www.dfait-maeci.gc.ca/français/news/newsletr/canex
Corporation commerciale canadienne : www.ccc.ca
Export Source : www.exportsource.gc.ca

InfoExport : www.infoexport.gc.ca
Institutions financières internationales : www.dfait-maeci.gc.ca/ifinet
Société pour l'expansion des exportations : www.edc.ca
Strategis : Données sur le commerce en direct : www.strategis.ic.gc.ca

Renseignements généraux sur la Chine

ABC Country Book of China : www.theodora.com/wfb/china_geography.htm
China Today - Base d'information complète sur la Chine actuelle : www.chinatoday.com
China Vista - Première passerelle en direct du monde pour la Chine : www.chinavista.com
China.com - La passerelle d'information sur la Chine : www.china.com/english/
ChinaPages - Ressources d'information sur les affaires en Chine : www.chinapages.com
ChinaPoint - Affaires en Europe Asie Hong Kong et Taiwan : www.chinapoint.com
InfoSanté : www.dfait.maeci.gc.ca/english/travel/cosmos/english/TE055000.HTM (anglais)
www.dfait.maeci.gc.ca/english/travel/cosmos/francais/TF055000.HTM (français)
La fenêtre du Canada sur la Chine - Ambassade et consulats du Canada en Chine :
www.canada.org.hk

Moteurs de recherche sur Internet et sites de catalogues sur le Web

AWETO - Index de recherche sur Internet : www.aweto.com/china
Nihao - Moteur de recherche pour les sites sur la Chine : www.nihao.com
Orientation - Base de données interactive pour les sites sur la Chine : www.orientation.com
SOHOO - Index des sites en chinois : www.sohoo.com.cn
WhatSite - Catalogue Internet chinois : www.whatsite.com/index_e.htm

Sites sur l'actualité

Asia Business Connection Online Newspaper Catalogue : www.asiabiz.com/news.html
Asia Wall Street Journal : www.awsji.com
Asiaweek : www.pathfinder.com/Asiaweek
China Daily : www.chinadaily.com
South China Morning Post : www.scmp.com/news

Information régionale

Une fenêtre sur Shanghai - Information générale : china-window.com/shanghai/mlink/eindex.htm
Asian City Web - Le plus grand réseau de courriel gratuit du monde : www.guangzhou.com
China Vista's Beijing Vista : www.chinavista.com/beijing/home.html
Dalian (Administration municipale) : www.dalian-gov.net
Guangzhou (Page Web en chinois) : www.guangzhou.gd.cn

LIBRARY E A / BIBLIOTHÈQUE A E
3 5036 01003476 0

Nanjing : www.chinapages.com/jiangsu/nanjing/nanjing.htm

Shanghai-ed - Guide de la vie et des affaires à Shanghai : www.shanghai-ed.com

Shantou (en chinois) : www.shantou.gd.cn

The Beijing Page : www.flashpaper.com/beijing/

The Shanghai Guide s- Life in Shanghai : www.shanghaiguide.com

Welcome to Shanghai on the Internet : www.sh.com

DOCS

CA1 EA991 98S57 FRE

Guide de survie des PME sur le
marché chinois. --

58946645

 **ACCO USA**
WHEELING, ILLINOIS 60090
25971

M
A
D
E
I
N
U
S
A



0 50505 25971 7

BLACK/NOIR/NEGRO

