

DOCS  
----  
CA1  
EA  
C13f  
CHINA  
1998  
Copy 1

Commerce international



# Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong 1998

Canada

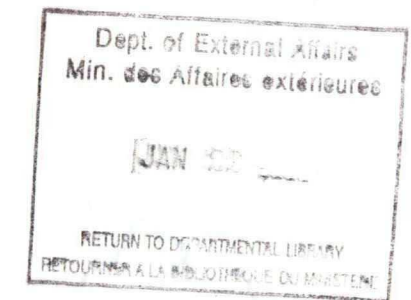


Équipe Canada • Team Canada

Pour de plus amples renseignements  
veuillez contacter :

Direction de la Chine  
Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international  
Édifice Lester B. Pearson  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2  
Tél. : (613) 996-0905  
Télec. : (613) 943-1068  
Internet : [http://www.dfait-  
maeci.gc.ca/francais/geo/asia/menu.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/francais/geo/asia/menu.htm)

D'autres renseignements sur les exportations sont  
disponibles en direct : <http://www.infoexport.gc.ca>



## **Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong 1998**





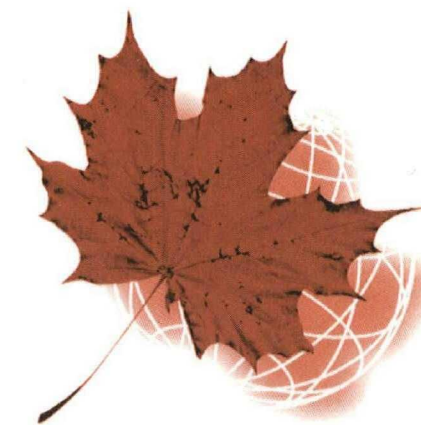
# Table des matières



1	<b>Résumé</b> .....	1
2	<b>Le Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong</b> .....	3
	Une approche stratégique pour développer le commerce avec la Chine et Hong Kong .....	3
	Objectifs du Plan d'action .....	4
	Ressources du Plan d'action .....	5
3	<b>Contexte commercial</b> .....	7
4	<b>Description des marchés régionaux</b> .....	11
	Chine du Nord-Est .....	11
	Chine du Nord-Ouest .....	12
	Plaine centrale .....	13
	Shanghai et le delta du Yangzi .....	14
	Haut-Yangzi et Chine du Sud-Ouest .....	15
	Chine côtière méridionale .....	15
	Hong Kong .....	17
5	<b>Secteurs</b> .....	21
	Secteur agroalimentaire, pêcheries et produits connexes .....	21
	Produits et services de construction .....	24
	Énergie électrique .....	26
	Environnement .....	28
	Foresterie .....	30
	Technologies de l'information et télécommunications .....	33
	Ressources naturelles .....	37
	Transports .....	40
6	<b>Pleins feux sur...</b> .....	45
	Les services commerciaux et professionnels .....	45
	Les industries culturelles .....	46
	Les services financiers .....	46
	Les industries de la santé .....	47
7	<b>Points de contact</b> .....	49



# 1 Résumé



L'économie de la Chine a plus que quadruplé depuis le début des réformes économiques et de l'ouverture des marchés, en 1978. Déjà au septième rang mondial pour la taille de son produit intérieur brut (PIB), le Chine est en passe de devenir la locomotive économique de la région Asie-Pacifique et joue un rôle majeur dans les affaires mondiales.

La Chine et Hong Kong présentent d'importants débouchés commerciaux éventuels aux entreprises canadiennes, qui s'accompagnent cependant de défis tout aussi considérables. *Le Plan d'action commercial du Canada pour la Chine et Hong Kong* présente un cadre stratégique dans lequel les gouvernements et le secteur privé pourront coopérer en vue d'atteindre l'objectif de 20 milliards de dollars en échanges commerciaux bilatéraux, fixé en novembre 1994 par les premiers ministres du Canada, M. Jean Chrétien, et de la Chine, M. Li Peng.

L'approche chinoise, en matière de développement économique, consiste à promouvoir l'entrepreneuriat et à renforcer les relations étrangères et économiques, ce qui fait de la Chine un partenaire commercial attrayant pour de nombreux pays. Les exportateurs canadiens ont d'autant plus de chances de percer sur le marché chinois qu'ils sont concurrentiels sur le plan des prix et de la qualité, prêts à mener de longues négociations, déterminés à exploiter le marché à long terme, et dotés d'une expérience diversifiée du développement des échanges commerciaux internationaux.

Pour les entreprises désireuses d'améliorer leur accès au marché de la Chine et de Hong Kong, le Plan est un outil d'affaires précieux. Il met en évidence les huit secteurs les plus prometteurs pour les exportateurs canadiens, exposant des informations commerciales, des débouchés à exploiter et des contraintes à surmonter. Il explique également comment le Service des délégués commerciaux du Canada sera renforcé dans ces secteurs clés, afin d'encourager les entreprises à profiter au maximum des connaissances et des compétences des délégués commerciaux en poste au Canada, en Chine et à Hong Kong. Les exportateurs désireux d'exploiter des créneaux dans d'autres secteurs continueront à être appuyés sur demande, dans la mesure où les ressources le permettront. Le Plan décrit enfin un certain nombre d'importants marchés régionaux en Chine.

*Le Plan d'action pour la Chine et Hong Kong* continuera à être révisé et réédité périodiquement, après consultation de tous les intéressés. Il reflète la volonté du gouvernement fédéral d'aider les milieux d'affaires canadiens à développer leurs échanges internationaux et de leur fournir une information économique de pointe sur ce marché dynamique en évolution constante.



## 2 Le Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong



Depuis 1978, année où la Chine décidait de moderniser son économie, la taille de l'économie de ce pays a quadruplé. Le taux de croissance annuelle, qui a atteint une moyenne remarquable de 9 p. 100, devrait en principe demeurer tout aussi impressionnant au début du prochain siècle. Déjà classée au septième rang des économies nationales selon son PIB avant même que ne lui revienne la pleine souveraineté sur Hong Kong le 1er juillet 1997, la Chine s'impose comme le moteur économique de la région de l'Asie-Pacifique, ce qui accroît d'autant son importance politique.

La stratégie d'action du Canada tient pleinement compte du fait que la Chine occupe rapidement une place de plus en plus importante dans les affaires mondiales. Le principal objectif du Canada consiste à encourager la Chine à maintenir sa politique de portes ouvertes et à poursuivre son entière intégration dans les institutions politiques et économiques à caractère mondial et régional. Conçue afin d'appuyer les relations à long terme, la politique canadienne est l'un des nombreux liens et rapports qui reposent sur les éléments suivants : le partenariat économique; la paix et la sécurité; le développement durable; et les droits de la personne, la saine gestion publique et la primauté du droit. Cette politique est mise en application dans le cadre d'un programme établi conjointement avec l'Agence canadienne de développement international (ACDI), en étroite collaboration avec d'autres ministères, et de concert avec le milieu des affaires et d'autres groupes intéressés.

Au cours des 25 dernières années, les échanges bilatéraux ont connu une croissance rapide. Alors qu'il se chiffrait à peine à 161 millions de dollars au moment de l'établissement des relations diplomatiques

en 1970, le commerce bilatéral atteignait 7,8 milliards de dollars en 1996. Ensemble, la Chine et Hong Kong représentent aujourd'hui le troisième partenaire du Canada, après les États-Unis et le Japon.

Si la Chine et Hong Kong constituent de toute évidence un marché des plus intéressants pour les entreprises canadiennes, il reste que le défi est de taille. La volonté exprimée par la Chine de poursuivre la réforme de son économie devrait assurer une croissance importante et continuer de créer des débouchés intéressants pour les exportateurs dans des secteurs où les entreprises canadiennes possèdent un avantage comparatif, même si des incertitudes concernant le rythme de cette réforme et son orientation compliquent l'élaboration de stratégies de promotion du commerce.

### Une approche stratégique pour développer le commerce avec la Chine et Hong Kong

Cette deuxième édition du *Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong* constitue la plus récente des démarches entreprises dans le cadre de l'approche Équipe Canada visant l'établissement d'un partenariat économique avec la Chine. Le milieu des affaires et le gouvernement reconnaissent tous deux la nécessité d'utiliser de manière plus stratégique des ressources limitées pour la promotion du commerce en Chine et à Hong Kong. Le Plan répond directement à cette nécessité. Il dégage huit secteurs clés qui offrent les occasions d'affaires les plus prometteuses pour les exportateurs canadiens, et il se penche plus particulièrement sur les services de qualité supérieure offerts dans ces secteurs. Les exportateurs qui s'intéressent à des créneaux faisant partie d'autres



secteurs continueront de bénéficier d'une assistance sur demande et selon les disponibilités du personnel du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) au Canada et en Chine.

Reconnaissant les transformations historiques que connaît la Chine et les occasions uniques que la nouvelle conjoncture offre au Canada, le premier ministre Jean Chrétien a lancé le concept d'Équipe Canada – fondé sur la collaboration du gouvernement fédéral, des provinces et territoires et des entreprises canadiennes pour favoriser le commerce. En novembre 1994, il a lui-même dirigé la plus importante mission commerciale canadienne à s'être jamais rendue en Chine.

D'abord appliquée en Chine, l'approche Équipe Canada l'a été depuis sur d'autres marchés prometteurs dans le monde et elle a remporté de francs succès. Ce partenariat entre le gouvernement fédéral, les provinces et territoires et le milieu des affaires a été officialisé dans la *Stratégie canadienne pour le commerce international (SCCI)* et le réseau des équipes sectorielles nationales où sont mises en commun les vues des secteurs public et privé concernant les stratégies de promotion du commerce. En Chine et à Hong Kong, le gouvernement canadien collabore étroitement avec le Conseil commercial Canada-Chine, la Canadian Chamber of Commerce in Hong Kong, et la Hong Kong Canada Business Association.

L'assistance offerte par le MAECI ainsi que par l'ambassade et les consulats du Canada en Chine et à Hong Kong est décrite ci-après. Des renseignements sur les services offerts par d'autres participants membres d'Équipe Canada, entre autres le financement des exportations, l'aide à la coopération industrielle et la formation en commerce international, figurent dans la section intitulée *Points de contact* du présent document.

## Objectifs du Plan d'action

Le Plan d'action commercial doit aider les entreprises canadiennes à soutenir la concurrence et à profiter pleinement des débouchés d'exportation

existant en Chine et à Hong Kong. Il s'adresse tout particulièrement aux petites et moyennes entreprises prêtes à exporter qui n'ont encore jamais fait d'affaires sur ces marchés et qui, par conséquent, ont besoin de plus d'aide. Il fournit un cadre stratégique à l'intérieur duquel le gouvernement et les gens d'affaires peuvent collaborer afin d'atteindre, d'ici l'an 2000, l'objectif de 20 milliards de dollars d'échanges bilatéraux. Dans le contexte global des relations bilatérales Canada-Chine, le Plan d'action vise les grands objectifs suivants :

- rehausser l'image du Canada en tant que partenaire commercial de choix et accroître les appuis en faveur d'une coopération économique et commerciale plus étroite avec la Chine et Hong Kong;
- exercer des pressions en faveur d'un accès accru au marché et à l'investissement dans des secteurs que les entreprises canadiennes jugent importants et négocier des accords de protection des investissements étrangers avec la Chine et Hong Kong;
- aider les entreprises canadiennes à augmenter et à mieux asseoir leur présence sur les marchés de la Chine et de Hong Kong en y investissant, en particulier dans des coentreprises et dans des exploitations canadiennes en propriété exclusive;
- maintenir le rythme des visites de hauts dirigeants entre le Canada et la Chine, dans l'esprit d'Équipe Canada, et faire participer dans la mesure du possible des représentants du milieu des affaires aux délégations et aux programmes de visites;
- confirmer et renforcer le rôle établi du Canada en tant que fournisseur fiable de produits agricoles et de ressources auprès de la Chine;
- augmenter les ventes de produits à valeur ajoutée et de produits manufacturés, en particulier dans les secteurs prometteurs où l'excellence du Canada en matière de technologie est reconnue dans le monde entier;

- aider les exportateurs de services à pénétrer le marché afin de profiter des nouvelles occasions d'affaires créées par les réformes économiques en cours en Chine;
- optimiser les avantages économiques des activités et initiatives dans d'autres secteurs des relations bilatérales du Canada, notamment les projets d'aide au développement et les jumelages de provinces et de villes;
- collaborer avec le secteur privé afin de mieux coordonner la politique commerciale et les programmes de développement du commerce, en renforçant la coopération avec les associations industrielles et dans le cadre d'autres mécanismes de consultation;
- déterminer quels projets ont de très bonnes chances d'être financés par la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement et aider les entreprises désireuses de devenir fournisseurs à faire rapidement les démarches voulues afin de pouvoir profiter des occasions d'affaires;
- organiser une mission commerciale ministérielle fédérale chargée d'étudier les marchés régionaux naissants en Chine et les nouvelles occasions d'affaires qu'ils présentent, afin de donner suite aux deux missions précédentes dirigées par le secrétaire d'État pour l'Asie-Pacifique;
- profiter pleinement du fait que Hong Kong est un centre d'affaires régional et un vaste entrepôt commercial, et aider les entreprises canadiennes à utiliser les services d'investissement et les services financiers de Hong Kong et ceux des sociétés sous contrôle de la Chine continentale établies à Hong Kong afin de mieux pénétrer les marchés de la Chine et d'autres pays de la région; et
- mettre au point une méthode de diffusion rapide et efficace de renseignements fiables sur le marché, à l'intention des gens d'affaires canadiens en utilisant l'éventail le plus large possible de modes de communication.

Outre ces objectifs généraux, des objectifs propres à chaque secteur sont énoncés dans chacune des stratégies sectorielles exposées dans le Plan d'action.

## Ressources du Plan d'action

### Service des délégués commerciaux

Les délégués commerciaux du MAECI voient à coordonner les activités de promotion du commerce et d'expansion des affaires internationales de différents ministères et du milieu des affaires. Outre qu'ils jouent un rôle de premier plan dans l'élaboration et la mise en application de la politique commerciale, les délégués commerciaux à Ottawa et dans les ambassades et consulats du Canada à l'étranger sont chargés de l'activité de promotion du commerce international et fournissent de l'information sur les marchés et des conseils spécialisés sur certains marchés.

Le personnel de l'ambassade du Canada à Beijing, du consulat général à Shanghai, du consulat à Guangzhou, du consulat qui sera ouvert sous peu à Chongqing, et du consulat général de la Région sous administration spéciale à Hong Kong comprend des délégués commerciaux ainsi que des agents commerciaux et des adjoints recrutés sur place sur lesquels les gens d'affaires canadiens peuvent compter pour se renseigner sur les marchés et y établir des contacts. Le mandat des délégués commerciaux complète celui de leurs collègues des centres de commerce international (CCI) des différentes régions du Canada et d'autres ministères fédéraux ainsi que des administrations provinciales et territoriales, qui aident les entreprises canadiennes à se préparer et à exporter avant le départ de leurs représentants pour l'étranger.

### Information et données d'analyse sur les marchés

Il est indispensable que les exportateurs disposent de données et d'information et d'analyses récentes sur les marchés. Les nouveaux exportateurs qui préparent leur entrée sur les marchés de la Chine et de Hong Kong, ainsi que les entreprises d'expérience qui souhaitent modifier leurs stratégies d'affaires en vue





de profiter de nouveaux débouchés, comptent sur des renseignements fiables.

La préparation d'études prospectives de marchés régionaux, sectoriels et sous-sectoriels et de bulletins d'information continuera de figurer en bonne place parmi les fonctions du Service des délégués commerciaux. Grâce à ces études qui leur permettent de répondre rapidement aux demandes d'information de base sur les marchés, les délégués commerciaux peuvent consacrer une bonne partie de leur temps à la prestation de renseignements commerciaux et de services de counselling à forte valeur ajoutée et adaptés aux besoins particuliers des entreprises.

Le vaste répertoire de publications récentes sur le marché préparées ou commandées par les délégués commerciaux du Canada en Chine et à Hong Kong est la première source d'information et d'analyse que peuvent facilement consulter les entreprises canadiennes. Des indications sont données à la fin de ce document, à la page 51, sur la façon de se procurer ces publications auprès de l'InfoCentre ou du service FaxLink du MAECI ou sur son site Internet.

### Renseignements sur les marchés

Les services les plus utiles qu'offrent les délégués commerciaux aux entreprises canadiennes intéressées à faire des affaires sur les marchés de la Chine et de Hong Kong consistent en renseignements, en avis et en counselling commerciaux adaptés à leurs besoins. Étant donné le caractère délicat des renseignements dont il faut disposer pour mettre en application une stratégie de pénétration du marché ou surmonter un obstacle particulier, les données en question sont strictement confidentielles. Les délégués commerciaux sont également en mesure de faciliter l'établissement de contacts avec des clients, des agents et des partenaires potentiels et de faire des recommandations concernant la comptabilité, le recours à des consultants, les activités de représentation, les questions juridiques, les finances et d'autres questions.

### Assistance facilitant l'accès au marché

Les délégués commerciaux sont chargés de conseiller et d'aider les entreprises à régler certains problèmes d'accès au marché en consultation avec des fonctionnaires du pays d'accueil. Quoique l'intégration progressive de la Chine au système de commerce multilatéral devrait en principe éliminer ou atténuer bon nombre des obstacles actuels au commerce, les exportateurs de nombreux produits et services continuent de se heurter à des difficultés, ce qui oblige à compter en permanence sur la vigilance et sur l'assistance des délégués commerciaux. Pour que ces interventions visent effectivement les problèmes qui se posent sur le marché, il est indispensable qu'il y ait interaction entre les entreprises canadiennes et les représentants du Canada en Chine et à Hong Kong.

### Diffusion et sensibilisation

Le personnel du MAECI au Canada et à l'étranger travaille en étroite collaboration avec les autres partenaires d'Équipe Canada afin de mieux faire connaître les occasions d'affaires qui se présentent en Chine, de même que les pratiques commerciales et la culture chinoises.

### Activités de promotion du commerce

Afin de promouvoir le commerce, le MAECI maintiendra sa collaboration avec d'autres ministères fédéraux, les provinces et territoires et le milieu des affaires dans le cadre de la mise à jour annuelle de la SCCI. Les activités de promotion du commerce comprennent notamment l'accueil et l'envoi de missions commerciales, la participation à des foires commerciales et des séminaires sur le marché ou la technologie. Compte tenu de la volonté du gouvernement de faire une utilisation rationnelle des ressources limitées, on privilégiera les activités touchant des secteurs prioritaires qui favorisent le mieux les partenariats et l'acquisition de renseignements commerciaux, et qui comportent un élément de partage ou de recouvrement des coûts.

# 3 Contexte commercial



Dans son Neuvième Plan quinquennal (1996-2000) annoncé au printemps de 1996, la Chine met l'accent sur les grands thèmes suivants :

- la stabilité économique et sociale plutôt que des réformes radicales;
- le renforcement du contrôle macro-économique par le gouvernement central;
- une utilisation efficace des capacités existantes avant d'en élaborer de nouvelles.

Les grands objectifs prioritaires consistent à accroître la production alimentaire et à renforcer le secteur agricole; à procéder à une réforme progressive des entreprises d'État, qui représentent toujours une forte proportion de la structure industrielle du pays; à voir au développement des sciences et de la technologie en faveur du développement économique; et à combler en partie le fossé existant entre les régions côtières et industrialisées et les régions plus pauvres de l'intérieur. Les secteurs d'exportation prioritaires pour le Canada concordent avec les besoins de la Chine en matière de biens, de services et de techniques importés, particulièrement dans les secteurs de l'agriculture et de l'industrie agroalimentaire, de l'infrastructure (énergie, transports et télécommunications) et de la protection de l'environnement.

Si le gouvernement central à Beijing continue de jouer un rôle prépondérant dans la direction de l'économie et dans l'établissement des priorités, il reste que la Chine se compose aussi de différents marchés régionaux dont chacun a des traits géographiques, une culture et des dialectes, une structure

économique, un niveau de développement et des perspectives de croissance qui lui sont propres.

### Marchés régionaux — Débouchés et défis

Hong Kong est déjà un partenaire commercial très important pour le Canada. De récentes études de marché ont permis d'établir que la Chine compte plusieurs marchés régionaux importants dont chacun a une population de plus de 100 millions d'habitants et un PIB excédant 27 milliards de dollars.

Ces marchés régionaux comprennent :

- la Chine du Nord-Est (où se trouvent les provinces de Heilongjiang, Jilin et Liaoning);
- la grande région de Beijing (Hebei, Beijing, Tianjin et Shandong);
- les provinces du Centre (Shaanxi, Henan, Hubei, Anhui, Hunan et Jiangxi);
- le bassin du Sichuan;
- Shanghai et la Chine orientale (Shanghai, Jiangsu et Zhejiang);
- la Chine méridionale (Guangdong, Fujian et Hainan).

Dans chacune de ces régions, ce qui importe d'abord et avant tout, c'est de trouver le client, l'agent/distributeur, le représentant ou le partenaire de coentreprise qui convient. Quand on traite des affaires en Chine, il est généralement indispensable de s'engager à long terme pour que l'opération soit vraiment rentable.



Le fait que le marché demeure très protégé est la principale difficulté que doivent s'attendre à rencontrer les entreprises canadiennes qui envisagent de faire des affaires en Chine. Les barrières non tarifaires, notamment les nouveaux contingents tarifaires visant certains produits agricoles de base, sont nombreuses, et les obstacles administratifs, énormes.

Si les modifications apportées à la politique tarifaire ont éliminé les exemptions touchant les droits d'importation visant les projets financés par des capitaux étrangers, différentes politiques préférentielles subsistent, notamment les régimes fiscaux avantageux dont jouissent les investisseurs. Bien que les mesures juridiques de protection de la propriété intellectuelle aient été nettement améliorées, leur mise en application demeure problématique. Le manque de transparence nuit aussi considérablement à l'accès aux marchés, tout comme le caractère arbitraire de certains changements touchant les règlements, les taxes et les tarifs.

Les exportateurs canadiens de certains secteurs, notamment la défense, l'industrie aérospatiale, l'électricité, les transports, l'industrie chimique, l'industrie biomédicale et l'électronique, pourraient devoir se procurer un permis canadien d'exportation auprès de la Direction des contrôles d'exportation du MAECI.

### **Le climat commercial et la conjoncture de l'investissement**

Un certain nombre d'entreprises ont investi dans des sociétés mixtes ou des filiales en propriété exclusive en Chine afin de disposer des atouts voulus pour conduire des opérations commerciales de longue durée. Mais chaque investissement fait l'objet de négociations longues et approfondies et doit habituellement donner lieu à d'importants transferts de technologie.

Les projets d'investissement doivent être approuvés à de multiples niveaux dont le nombre est fonction de l'envergure du projet, du secteur industriel et de l'emplacement. Il serait bon que les entreprises canadiennes intéressées à investir examinent attentivement tous les aspects de la situation, exercent une certaine prudence et s'assurent de bien comprendre les

dispositions particulières de la politique et des lois chinoises en matière d'investissement avant d'injecter des fonds dans leur projet.

Jugeant l'inflation et le niveau d'endettement des entreprises d'État préoccupants, la Commission chinoise de la planification d'État a décidé de limiter ou même interdire les investissements dans certains secteurs et d'annoncer que la priorité serait accordée aux projets d'autres secteurs ou à ceux de modernisation d'industries existantes. Les projets devant être réalisés dans les provinces moins développées du Centre et de l'Ouest seront avantagés par rapport à ceux qui doivent bénéficier aux régions côtières plus développées. La Chine commençant aussi à faire l'expérience des mécanismes de financement des risques, notamment des projets de construction-exploitation-transfert (CET), le gouvernement central ne devrait pas tarder à établir des lignes directrices concernant cette forme d'investissement.

Au moment où se poursuivent les négociations visant l'adhésion de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et l'intégration de son économie au système de commerce multilatéral, le Canada accorde un appui solide à des conditions dont profitent les deux pays. Les entreprises canadiennes profiteraient directement de l'adoption par la Chine d'un régime commercial à base de règles et du principe de transparence en matière de commerce et d'investissement. Des renseignements supplémentaires sur les objectifs de la politique commerciale du Canada à l'égard de l'adhésion de la Chine à l'OMC sont fournis dans le document intitulé *Priorités du Canada en matière d'accès aux marchés internationaux*, publié par le MAECI en mars 1997 et que l'on peut trouver sur le site Web du MAECI (<http://www.dfait-maeci.gc.ca>).

Parallèlement, la Chine et le Canada participent tous deux au processus de libéralisation des échanges en cours au sein du mécanisme de Coopération économique Asie-Pacifique (APEC). La Chine a commencé à établir quelles mesures elle prendra au cours des 25 prochaines années pour atteindre l'objectif de libéralisation des échanges des économies en

développement d'ici l'an 2020 (2010 dans le cas des économies développées) fixé par l'APEC. C'est ainsi qu'elle a annoncé en avril 1996 des réductions tarifaires qui ont eu pour effet d'abaisser le niveau tarifaire moyen à 23 p. 100 comparativement à 66 p. 100 en 1992.

À Hong Kong, le contexte commercial demeure excellent. Le territoire, qui dépend entièrement du commerce des biens et services, a fait en sorte de devenir le centre des opérations bancaires, des finances, des transports et des ventes régionales de l'Asie de l'Est.

Hong Kong conservera pendant 50 ans son propre régime économique et financier perfectionné et la common law britannique en vertu du principe « un pays, deux systèmes », qui a guidé sa rétrocession à la Chine le 1<sup>er</sup> juillet 1997. Hong Kong devrait continuer de représenter une importante source de capitaux d'investissement pour le Canada, de même qu'un marché riche en débouchés pour la technologie, les produits et les services canadiens.





# 4 Description des marchés régionaux



## Chine du Nord-Est

Les trois provinces de la Chine du Nord-Est, celles de Liaoning, Jilin et Heilongjiang, occupent 800 000 kilomètres carrés et comptent 100 millions d'habitants (9 p. 100 de la population chinoise). Le PIB par habitant se chiffre à 1 000 \$CAN.

Du point de vue climatique, cette région ressemble beaucoup au Canada : le climat est continental dans presque toute la région, il est modéré le long des côtes, ce qui permet un accès en toute saison dans presque toute la province de Liaoning, qui longe le golfe de Bohai. La région a une frontière commune de 3 000 kilomètres avec la Russie et borde aussi la Corée du Nord, en plus des régions chinoises de la Mongolie intérieure et de la province de Hebei.

Appelée Mandchourie par les occupants japonais, la Chine du Nord-Est a été la première région chinoise à s'industrialiser, à partir des années 1930 et tout au long de la Deuxième Guerre mondiale, fournissant du matériel de guerre au Japon. Après la création de la République populaire de Chine (RPC), l'URSS voisine a encouragé l'industrialisation continue de la région selon le modèle staliniste. En 1979, lorsque la Chine a commencé à ouvrir son économie, le Nord-Est était un moteur de l'économie, cette région fortement industrialisée comptant une forte proportion de la capacité de fabrication de biens d'équipement et de produits chimiques du pays.

La centralisation de l'économie du Nord-Est, qui a procuré un avantage économique des années 1930 jusqu'aux années 1970, est devenue un inconvénient dans les années 1990. La Chine du Nord-Est est

désormais la région désindustrialisée de la Chine, puisqu'elle compte une proportion élevée d'immobilisations désoùtes et d'entreprises d'État non rentables. La politique du gouvernement central consiste à transformer ces entreprises avec prudence, afin qu'elles puissent continuer de jouer, au moins en partie, le rôle de soutien social qui a été le leur pendant si longtemps. Il faudra donc rajeunir ces industries avant que l'économie du Nord-Est ne puisse rattraper le reste de la Chine orientale.

Les ressources naturelles sont toutefois abondantes et la région est le plus grand producteur chinois de nombreux produits de grande valeur. Les industries clés axées sur les ressources sont l'agriculture (surtout les céréales, les produits laitiers et l'élevage), la forêt, les pêches et le pétrole (on trouve à Daqing, dans l'Heilongjiang, le plus important champ de pétrole chinois; sa production représente 40 p. 100 de toute la production chinoise). Il y a un excellent port de mer tout près, à Dalian, ce qui ouvre des possibilités pour l'importation de matières premières et l'exportation de produits manufacturés. Les réseaux routier et ferroviaire s'améliorent rapidement. L'infrastructure des transports vers les grands centres que sont Beijing et Tianjin est bonne, tout comme le transport maritime vers la Corée et le Japon. Politiquement, la province de Liaoning, surtout la ville de Dalian, compte parmi les plus progressistes de la Chine.

Les grands avantages du Canada se situent dans les secteurs de l'investissement ou la fourniture de matériaux, services et technologies pour la mise en valeur des ressources naturelles (pétrole, mines et forêts), l'infrastructure (autoroutes et télécommunications) et l'agriculture (céréales, fourrages, élevage,



traitement des aliments et du poisson). La vaste étendue de la région et la population relativement faible qui s'y trouve se prêtent à un développement sur grande échelle bien connu au Canada.

## Chine du Nord-Ouest

La Chine du Nord-Ouest comprend quatre régions autonomes (le Tibet, le Xinjiang, le Ningxia et la Mongolie intérieure) et deux provinces, le Qinghai et le Gansu. Cette région représente environ la moitié de la superficie de la Chine, mais on n'y compte que 6,5 p. 100 de la population. La région est surtout habitée par des minorités (Mongols, Tibétains, Ouïgours au Xinjiang et Hui au Ningxia), et compte des pourcentages importants de la majorité han dans certaines régions, en particulier les centres urbains. Le PIB régional est de 3 300 RMB, soit environ 550 \$CAN, ce qui est l'un des plus bas en Chine.

Le climat est généralement rude et va du climat des hauts plateaux (Tibet) et au climat désertique (Xinjiang) en passant par la steppe du nord (Mongolie intérieure). Il y a relativement peu de bonnes terres agricoles.

Historiquement, la région était excentrée par rapport au cœur de la Chine, mais elle a toujours revêtu une importance stratégique. Le Gansu et le Xinjiang, par exemple, se trouvent sur la fabuleuse Route de la soie. Le contrôle du Xinjiang a été contesté pendant des siècles, la dernière fois au tournant du siècle, par la Grande-Bretagne, la Russie et la Chine. Ce n'est qu'après l'établissement de la RPC en 1949 que la Chine a affirmé son autorité sur ce qui était appelé à ce moment-là le Turkestan chinois. Le gouvernement central joue un rôle important dans la planification politique, sociale et économique de ce territoire principalement islamique, et une immigration han considérable a tendance à réduire l'importance des minorités.

Une situation semblable existe au Tibet, ainsi qu'en Mongolie intérieure, patrie d'un grand nombre de minorités ethniques et de peuples nomades. La Chine doit trouver le juste milieu entre son objectif

de développement de ces régions (d'où la nécessité de s'ouvrir) et la nécessité de régler les problèmes politiques et sociaux liés aux contrastes religieux, ethniques et culturels qui existent par rapport au reste de la Chine.

L'éloignement, la géographie redoutable et la faible population font que la région possède l'infrastructure la moins développée au pays. Les liaisons aériennes et ferroviaires sont limitées, les capacités de télécommunication sont généralement médiocres hors des régions urbaines et l'approvisionnement en électricité ne répond pas aux besoins grandissants. Le transport, par exemple, représente habituellement de 15 à 20 p. 100 des coûts d'exportation.

La situation s'améliore, cependant, grâce à une politique centrale explicite visant à encourager l'investissement étranger dans les régions occidentales peuplées par les minorités et grâce à un programme d'infrastructure accéléré. Les gouvernements central et locaux offrent divers encouragements fiscaux, en particulier dans quelques zones économiques spéciales ou zones franches d'investissement. Ces politiques préférentielles semblent avoir des retombées positives. Ainsi, à la fin de novembre 1996, le Xinjiang avait signé 861 contrats d'investissement étranger, représentant 1,4 milliard de dollars américains d'investissement étranger direct. De plus, 14 nouvelles coentreprises ont été établies au Tibet durant les huit premiers mois de 1996, comparativement à 61 durant les huit années précédentes. Les investisseurs canadiens sont très présents au Gansu et au Ningxia.

L'économie de la Chine du Nord-Ouest est moins développée que celle de l'est du pays. Elle dépend généralement des industries primaires (agriculture au Xinjiang, au Gansu et au Ningxia, élevage et bois d'oeuvre en Mongolie intérieure et ressources naturelles au Xinjiang, au Qinghai et au Ningxia).

L'endettement des entreprises d'État n'est pas aussi élevé que dans les régions fortement industrialisées assujetties à la planification centrale. La région est aussi relativement riche en ressources naturelles, en particulier en pétrole et en gaz naturel (Xinjiang,

Qinghai, Ningxia), en charbon (Ningxia) et en métaux non ferreux (Xinjiang, Gansu, Tibet). Plusieurs sociétés étrangères font de l'exploration pétrolière dans les bassins du Xinjiang et de l'exploration aurifère dans le Nord-Ouest. L'industrie pétrochimique est en train de se développer au Xinjiang et au Qinghai, et elle prendra de plus en plus d'importance à mesure que la production de pétrole et de gaz de la Chine se déplacera vers l'ouest. La région fonde beaucoup d'espoirs sur la mise en valeur de ces ressources naturelles.

Il existe des débouchés pour le Canada dans les industries liées à la mise en valeur des ressources naturelles (pétrole et gaz naturel, minéraux et forêt) et à l'aménagement d'infrastructures (télécommunications, génie, centrales électriques), où les compétences canadiennes dans un climat rigoureux et dans la réalisation de mégaprojets sont les plus avantageuses.

## Plaine centrale

La plaine centrale de la Chine est une région hybride comprenant trois sous-régions économiques assez homogènes : a) l'axe Beijing-Tianjin et la province de Hebei; b) la province de Shandong; et c) les provinces de Henan, Shanxi et Shaanxi. Elle compte 325 millions d'habitants (plus de 27 p. 100 de la population de la Chine) dont 120 millions de citoyens. Cette région s'étend sur une superficie de 900 000 kilomètres carrés et représente plus de 25 p. 100 du PIB national. Le revenu par habitant moyen varie de 1 000 \$CAN à 1 600 \$CAN.

À l'est de cette région au centre de la Chine, s'étendent plus de 600 kilomètres de côte le long du golfe de Bohai et de la mer Jaune. Le climat varie de chaud-tempéré et semi-humide dans la région côtière et méridionale à continental et semi-aride dans l'ouest.

La région est imprégnée d'histoire. Le Shaanxi et le Shandong sont tous les deux considérés comme les berceaux de la civilisation chinoise. Le Shaanxi et Xi'an, sa capitale, ont été les centres politiques,

économiques et culturels de la Chine pendant 1 100 ans, soit jusque vers le X<sup>e</sup> siècle.

Beijing, la capitale nationale, ainsi que l'axe Beijing-Tianjin, sont le cœur économique de la région. Beijing et Tianjin ont le statut et les pouvoirs d'une province. Leurs économies se caractérisent par un secteur industriel vigoureux, comprenant les industries de l'automobile, de la technologie de l'information, de l'électronique, des produits pharmaceutiques, des produits chimiques et pétrochimiques et du textile.

L'axe Beijing-Tianjin constitue le plus important marché de biens de consommation et de services de la Chine. Sa population instruite a un revenu relativement élevé. La province de Hebei est le grenier et la source d'énergie de Beijing et Tianjin. Le Hebei possède aussi un secteur de l'industrie légère très dynamique.

Le Shandong, Beijing et Tianjin se caractérisent par une forte concentration de zones économiques spéciales et de zones franches d'investissement, qui attirent près de 90 p. 100 de l'investissement étranger dans la région et 15 p. 100 de tous les investissements étrangers au pays. Les nombreux investissements étrangers au Shandong proviennent surtout du Japon et de la Corée. Tianjin et Qingdao (au Shandong) possèdent d'excellents ports de mer, qui constituent des portes d'entrée clés pour les importations de matières premières et les exportations de produits manufacturés.

Au solide secteur agricole du Shandong s'ajoutent une excellente infrastructure des transports et quelques industries dominantes, qui comprennent la transformation des aliments, la fabrication d'automobiles, le fer et l'acier, les produits pétrochimiques, les textiles et la manutention de cargaison. Le Shandong est l'une des provinces dont le potentiel de développement est le plus élevé. Les provinces de Henan, Hebei, Shandong, Shanxi et Shaanxi constituent l'une des plus grandes bases agricoles en Chine.



Parce que l'axe Beijing-Tianjin est le principal centre politique de la Chine et qu'il possède une infrastructure assez bien développée, c'est souvent dans cette région que les entreprises étrangères choisissent de s'établir en Chine. Étant donné la vigueur économique et la diversité des industries à Beijing, à Tianjin et dans le Shandong, les entreprises canadiennes de la plupart des secteurs prioritaires du Canada, à l'exception peut-être des mines, devraient considérer cette région comme un bon endroit pour faire des affaires.

### Shanghai et le delta du Yangzi

Centrée sur la ville côtière de Shanghai, la région du delta du Yangzi est le moteur économique de la Chine. Elle domine le pays en ce qui concerne la taille du marché, la production économique, le PIB par habitant, l'investissement étranger, le commerce et les dépenses de consommation.

Avec ses 200 millions d'habitants sur une superficie pas plus grande que la moitié de l'Alberta, le delta du Yangzi est l'un des marchés les plus concentrés au monde. En avance de cinq à 15 ans sur la plupart des autres régions de la Chine, le delta du Yangzi est un excellent choix pour les entreprises canadiennes qui en sont à leurs premières armes sur le marché chinois. Si elles réussissent dans cette région, elles peuvent espérer réussir ailleurs en Chine.

Le delta du Yangzi compte 35 centres urbains de plus de 1 million d'habitants dans un rayon de 500 kilomètres autour de Shanghai (la distance entre Toronto et Montréal). En comparaison, il n'y a que 32 villes de plus de 1 million d'habitants en Amérique du Nord et 11 seulement au Japon.

La croissance économique récente dans le delta du Yangzi a été plus rapide que dans la plupart des économies des tigres asiatiques au cours des 20 dernières années. La demande de consommation et la capacité de payer augmentent rapidement; le pouvoir d'achat à Shanghai dépasse déjà celui de nombreuses régions urbaines des économies plus

prospères de l'Asie du Sud-Est. La croissance soutenue est en train de transformer le delta du Yangzi de moteur économique de la Chine en une puissance économique mondiale. Cette croissance continuera de créer de grands débouchés commerciaux.

Il y a déjà une activité commerciale importante dans le delta du Yangzi dans des domaines qui ne sont habituellement pas associés aux économies en développement : la province de Jiangsu est le principal investisseur de la Chine continentale à l'étranger; les biens de consommation de luxe se vendent rapidement dans les magasins à rayons de luxe de Shanghai et de Nanjing; les groupes rock nord-américains reçoivent des cachets élevés pour des spectacles donnés devant des salles combles et le homard vivant canadien est vendu dans plusieurs restaurants chinois des villes du delta du Yangzi.

Malgré la forte densité de la population et les nombreux centres urbains importants dans le delta du Yangzi, Shanghai, la plus grande ville de la Chine est le point de mire incontesté de la région. Connue en Chine sous le nom de tête du dragon, son bassin de population de 200 millions d'habitants en fait la plus grande ville au monde. À mesure que cette population continuera de s'enrichir à des taux de croissance à deux chiffres, la ville de Shanghai deviendra l'un des plus importants centres commerciaux et économiques au monde, comme elle l'était avant les bouleversements des années 1940.

Région la plus riche de Chine — 65 p. 100 plus riche que Beijing, qui vient au second rang — Shanghai est le chef de file au pays en ce qui concerne presque tous les indicateurs économiques. Elle affiche le PIB par habitant le plus élevé, les plus fortes ventes de détail par habitant et la plus forte valeur brute de production industrielle par habitant. Une relation spéciale avec le gouvernement central et un engagement profond à l'égard de la prospérité économique et de la modernisation ont permis au gouvernement de Shanghai d'être le chef de file des réformes économiques et des expériences de marché en Chine.

Tous ces facteurs font de Shanghai un point de départ logique pour les entreprises qui cherchent à percer le marché de la Chine continentale.

### Haut-Yangzi et Chine du Sud-Ouest

La Chine du Sud-Ouest comprend cinq provinces (Yunnan, Sichuan, Guizhou, Hunan et Hubei) et une municipalité récente, Chongqing. La région occupe 153 900 kilomètres carrés et compte 310 millions d'habitants.

La topographie de la Chine du Sud-Ouest est variée et se caractérise par de grands écarts d'altitude. On y trouve aussi bien des plaines que des régions montagneuses et un grand nombre de bassins et de vallées. Les climats de la région sont donc variés et vont de la forêt tropicale au Yunnan, à un climat tempéré au Hubei, jusqu'au climat de haute montagne au Sichuan. Dans le sud, la province de Yunnan borde la Birmanie, le Laos et le Vietnam et compte de nombreux groupes ethniques minoritaires de la Chine.

Le développement de la Chine du Sud-Ouest a toujours accusé un retard par rapport aux provinces côtières plus riches, même si la région possède d'abondantes ressources naturelles. L'investissement étranger dans la région a été retardé en partie par l'absence d'infrastructures. Mais l'aide accordée récemment par la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement a contribué au renforcement des réseaux de transport et de communication dans la région. Le projet des Trois Gorges a aussi rendu la région plus accessible.

La Chine demande maintenant aux gouvernements étrangers et aux entreprises privées de diriger les prêts et les investissements vers l'intérieur. Dans son Neuvième Plan quinquennal, la Chine a indiqué qu'environ 60 p. 100 des prêts étrangers consentis à des conditions de faveur iront vers les régions centrales et occidentales qui ont besoin de financement pour développer leur infrastructure. Les encouragements à l'investissement étranger se sont aussi accrus, pour atteindre un niveau comparable à celui des

régions côtières. Ces mesures accéléreront les efforts visant à explorer et à mettre en valeur les ressources naturelles dans cette partie du pays.

Le Sud-Ouest compte aussi certaines des plus fortes puissances économiques de l'intérieur. Une forte concentration d'industries lourdes et d'industries légères se trouve au nord-est de cette région, dans les provinces de Sichuan, Hubei et Hunan. Ces industries comprennent l'acier, l'automobile, l'aérospatiale, la haute technologie, le génie mécanique, les matériaux de construction, les produits chimiques et les textiles. Le Yunnan et le Guizhou sont riches en ressources naturelles et attirent de plus en plus d'investissements étrangers.

Il existe des possibilités d'investissement ou d'exportation de produits et de services liés au développement de l'infrastructure des transports et des télécommunications; au secteur de l'énergie (y compris les centrales hydro-électriques et l'utilisation répandue du charbon jaune; les mines et le raffinage (de métaux non ferreux); et l'agriculture (y compris les pêches et l'élevage).

### Chine côtière méridionale

Les provinces de la Chine méridionale (Guangdong, Hainan, Fujian et Guangxi) forment un marché régional caractérisé par ses liaisons avec les marchés d'outre-mer, son industrie légère et sa vitalité économique. Les réformes économiques entreprises à la fin de 1978 ont d'abord été mises en oeuvre dans cinq « zones économiques spéciales » de ces provinces méridionales. À ces zones se sont vite ajoutées une série de zones franches d'investissement et de transformation pour l'exportation, qui offrent un traitement fiscal préférentiel et un accès au marché aux investisseurs étrangers.

La décollectivisation de l'agriculture, l'encouragement de l'entrepreneuriat et l'accueil favorable réservé aux investisseurs étrangers ont transformé l'ancienne économie rurale de la Chine méridionale en la plus riche économie axée sur l'industrie légère



de la Chine, en plus de créer un solide base commerciale. Le rôle des capitaux étrangers dans cette transformation a été crucial. Ces capitaux provenaient surtout d'investisseurs de Hong Kong et de Taiwan et, dans une moindre mesure, de sociétés multinationales. À partir du début des années 1980, les fabricants de Hong Kong ont réinstallé un pourcentage considérable de leurs usines de fabrication dans la province de Guangdong, et vers la fin de la décennie, les fabricants taiwanais ont réinstallé un grand nombre de leurs usines au Fujian et au Guangdong. Ces réinstallations étaient cohérentes avec les affinités familiales et linguistiques et, comme la plupart des familles chinoises établies au Canada ont leurs racines dans la province du Guangdong, ce lien familial a eu des répercussions positives pour les entreprises canadiennes dans la région.

Parmi les quatre provinces de la région, celle du Guangdong est la plus riche et la plus densément peuplée, puisqu'elle compte 72 millions d'habitants. La région possède une vaste côte, des ports en eau profonde, une industrie de la pêche florissante et une base agricole semi-tropicale très fertile. Une histoire commerciale qui remonte à la dynastie Tang et une culture d'affaires marquée par le pragmatisme ont favorisé la transformation vers une économie de marché. L'intégration économique continue avec Hong Kong a poussé les sociétés de Hong Kong à investir massivement dans l'infrastructure et a contribué à la modernisation ou à la croissance de secteurs industriels clés. Les entreprises chinoises, pour leur part, ont investi massivement à Hong Kong et de plus en plus de sociétés chinoises de premier ordre sont inscrites à la Bourse de Hong Kong. Cette croissance devrait se poursuivre bien après la rétrocession de Hong Kong à la Chine le 1er juillet 1997 et accentuera probablement encore davantage les liens de dépendance mutuelle.

Les relations avec Taiwan se sont resserrées en avril 1997 avec l'inauguration du transport maritime direct entre le Fujian et Taiwan. La croissance des liens économiques de part et d'autre du détroit devrait présager le resserrement des liens politiques.

Les liens de la région avec les économies de l'ASEAN (Association des nations de l'Asie du Sud-Est) sont aussi très solides, en particulier avec la Thaïlande, la Malaisie et Singapour, qui comptent tous une importante population ethnique provenant des provinces méridionales de la Chine.

Les principaux investissements du Canada en Chine méridionale se sont effectués dans les secteurs des télécommunications, des services financiers, de l'agroalimentaire et de la construction. Il existe des débouchés importants en ce qui concerne la fourniture de matériaux, de services et de technologies pour la mise en valeur des ressources naturelles, l'agriculture et l'infrastructure.

### Hong Kong

**H**ong Kong occupe un emplacement stratégique dans le bassin du Pacifique et possède un excellent port naturel. Sa population travailleuse, ses politiques de marché libre, sa fonction de porte d'entrée vers la Chine et la profondeur des influences culturelles et commerciales occidentales lui ont permis de devenir un centre commercial et financier international de premier plan. L'importance de Hong Kong ne diminuera pas au lendemain du retour dans le giron chinois le 1er juillet 1997, date où Hong Kong est devenue Région sous administration spéciale de la République populaire de Chine.

Les entreprises canadiennes qui souhaitent percer le marché de Hong Kong doivent considérer les avantages à long terme d'une présence locale. À cause de sa proximité avec la Chine et de son caractère plus occidental, Hong Kong peut constituer un bon tremplin pour pénétrer les marchés régionaux et nationaux chinois.

Les sociétés doivent tenir compte de deux facteurs importants lorsqu'elles songent à s'établir à Hong Kong :

- la mesure dans laquelle elles comprennent le caractère unique du marché de Hong Kong, en particulier dans les domaines des normes, des

règlements, de l'établissement des prix, de la distribution et de la reconnaissance des marques de commerce;

- la mesure dans laquelle elles sont disposées à appuyer les distributeurs et les utilisateurs.

Ces deux facteurs témoignent d'un engagement réel ou perçu à long terme du vendeur face au marché local. Tout comme pour n'importe quel autre marché international, une entreprise ne devrait tenter d'exporter que des produits ou des services dont la technologie et le prix sont vraiment concurrentiels à l'échelle internationale. Ces produits ou services devraient soit viser expressément le marché international soit être des produits ou services vedettes au Canada.

Depuis l'adoption d'un programme de réformes économiques axées sur l'ouverture à la fin de 1978, les relations économiques de Hong Kong avec la Chine se sont intensifiées rapidement et sont devenues de plus en plus interdépendantes. Hong Kong joue un rôle vital dans le développement de l'économie chinoise et constitue la principale porte d'entrée vers la Chine, en particulier les provinces méridionales de Guangdong, Fujian, Hainan et Guangxi. Entre temps, la Chine est devenue un investisseur important à Hong Kong et se sert de ce territoire comme carrefour de ses échanges commerciaux avec le reste du monde.

Environ le tiers des entrées de devises annuelles de la Chine proviennent de Hong Kong ou passent par Hong Kong. Parmi les 207 000 entreprises étrangères qui existent en Chine, 138 000 (67 p. 100) sont liées à des investisseurs de Hong Kong.

Plus de 80 p. 100 des exportations et des importations du Guangdong s'effectuent avec Hong Kong, et la plupart sont des réexportations qui passent par le territoire. Les exportations du Guangdong se sont chiffrées à 36 milliards de dollars canadiens (en hausse de 46 p. 100) en 1993. Près de la moitié de ce montant provenait des exportations d'entreprises étrangères et des frais de transformation pour l'exportation (principalement avec des sociétés de Hong Kong).

Grâce à ses 200 banques étrangères et locales, Hong Kong constitue un important centre financier pour de nombreux projets en Chine, surtout dans le Sud. La majorité des coentreprises établies en Chine sont financées par des banques de Hong Kong.

Plus de 500 sociétés sont cotées à la Bourse de Hong Kong, dont au moins une quinzaine d'entreprises de la Chine continentale. La valeur boursière de ces entreprises chinoises s'élevait à 162,3 milliards de dollars canadiens à la fin de 1994. L'inscription à la Bourse de Hong Kong d'entreprises chinoises et de sociétés de premier ordre dont les activités et les intérêts se concentrent principalement en Chine a aussi permis à la Chine d'avoir accès aux capitaux internationaux dont elle a grandement besoin.

La Chine a investi massivement dans les secteurs des banques, de l'immobilier, de la fabrication, du transport, de la construction et du tourisme de Hong Kong. Environ 2 000 grandes entreprises chinoises oeuvrant dans tous les domaines font des affaires à Hong Kong. Près de 30 p. 100 de la masse monétaire de Hong Kong (l'équivalent de 2,6 milliards de dollars canadiens) circule en Chine.

Une langue et une culture communes ainsi qu'une connaissance pratique du marché permettent aussi aux gens d'affaires de Hong Kong d'aider grandement les entreprises canadiennes à s'établir en Chine. Les experts financiers et juridiques de Hong Kong constituent eux aussi des intermédiaires importants pour les Canadiens qui veulent accéder au marché chinois.

Entre 1979 et septembre 1994, Hong Kong a représenté 69 p. 100 (environ 128,7 milliards de dollars canadiens) sur les 186,7 milliards de dollars canadiens d'investissement étranger direct en Chine, et 61 p. 100 (36 milliards de dollars canadiens) du capital utilisé de 59 milliards de dollars canadiens. Jusqu'en 1997, les entreprises chinoises avaient investi à Hong Kong 60 milliards de dollars américains, selon les estimations.

Hong Kong a été la plus grande source d'investissement étranger direct en Chine depuis que le



pays a ouvert ses portes à la fin des années 1970. La région méridionale, principalement le Guangdong et le Fujian, a attiré la plus grande partie de ces investissements en provenance de Hong Kong. L'expansion rapide de la Chine et la position clé de Hong Kong comme centre international des affaires, des finances et des communications et comme porte d'entrée vers la Chine créent pour les entreprises canadiennes une foule de débouchés à Hong Kong et dans la région.

La technologie, les produits et les compétences des entreprises canadiennes trouvent preneurs à Hong Kong, en Chine et dans la région.

Les secteurs qui présentent des possibilités à Hong Kong comprennent :

- les produits alimentaires et les boissons;
- les matériaux de construction et les services connexes;
- les produits et services informatiques, les produits électriques et électroniques;
- le matériel et les services de télécommunications;
- le matériel médical et dentaire;
- le matériel de transport;
- le matériel et les services destinés à des projets dans les secteurs de l'énergie et de l'électricité;
- les meubles et l'ameublement;
- les produits de consommation.

Le Canada a toujours été un important exportateur de minéraux à Hong Kong, en particulier d'aluminium, de potasse, d'or et de zinc. Les pâtes et papiers, ainsi que les produits pétrochimiques, sont d'autres exportations importantes. Les autres produits vendus depuis longtemps comprennent le soja, le tabac, l'huile de colza canola et les fruits de mer. Les exportations canadiennes se sont grandement diversifiées au fil des années, et le Canada occupe désormais une position enviable dans plusieurs secteurs des produits manufacturés.

Le Canada est devenu un important fournisseur de matériel de télécommunications à Hong Kong, notamment de matériel de commutation, de commutateurs privés, de systèmes de transmission des données et services de conception de systèmes. Le Canada a réalisé de nombreux projets importants de télécommunications (ou a été un soumissionnaire important) et poursuit activement des marchés dans les domaines de la câblodistribution, des communications par satellite et des produits de transmission de la voix et des données. Les Canadiens ont aussi réalisé des gains impressionnants dans les domaines des composantes électroniques, des périphériques et de l'équipement terminal, surtout les logiciels, où les ventes auraient augmenté de plus de 1 000 p. 100, selon les estimations, ces dernières années. Les instruments de navigation et les instruments scientifiques sont d'autres domaines qui remportent de grands succès.

Les grandes foires alimentaires organisées à Hong Kong ont entraîné une hausse des ventes de 70 p. 100 dans ce secteur. Ces hausses impressionnantes ont touché à presque tous les types de produits, depuis le boeuf et le porc jusqu'aux fruits de mer en passant par les légumes surgelés. Les épices de marque déposée, le vin, la confiserie, les pâtes et les herbes médicinales sont d'autres produits exportés par le Canada.

Les entreprises canadiennes ont aussi remporté récemment des succès considérables dans le secteur des matériaux de construction, notamment le contre-plaqué et les panneaux muraux, le matériel de chauffage et de ventilation, les moquettes et les revêtements de sol en bois dur, les revêtements muraux et le matériel de plomberie. Les meubles de bureau canadiens ont été bien reçus à Hong Kong.

La fourrure et le cuir sont un autre marché qui s'est développé récemment. Les ventes de peaux de vison canadien ont été particulièrement vigoureuses, ce qui témoigne de la forte complémentarité entre les matières premières canadiennes et les capacités de fabrication de Hong Kong, ce qui est caractéristique de nombreux secteurs.

La Chine constitue un marché important et en expansion rapide pour une foule de produits et services canadiens. De nombreuses entreprises trouvent à Hong Kong un tremplin idéal vers l'énorme marché chinois. Les gens d'affaires de Hong Kong possèdent souvent l'expérience, les compétences et les contacts d'affaires nécessaires pour réussir en Chine. En soi, Hong Kong constitue un excellent ballon d'essai pour les produits et services canadiens, avant de les lancer sur le marché chinois.

Hong Kong est bien intégrée aux économies du sud de la Chine, de Taiwan et de Macao. L'expansion du commerce transfrontalier et de l'investissement a créé une région économique de fait, souvent appelée la « Grande Chine ». La déclaration conjointe signée par la Chine et la Grande-Bretagne prévoit que pendant 50 ans, après 1997, Hong Kong conservera son cadre commercial actuel et restera très autonome.

L'économie de Hong Kong est en transition. Au début des années 1990, Hong Kong avait la structure d'emploi la plus avancée au monde, puisque les trois quarts de sa main-d'oeuvre travaillaient dans le secteur des services — ce qui constitue le pourcentage le plus élevé au monde. Hong Kong s'internationalise aussi de plus en plus. Des gens d'affaires du monde entier se réinstallent sur ce territoire ainsi que les entreprises qui les emploient.

Une grande partie de l'emploi dans les services se concentre dans les secteurs du commerce de détail, de l'alimentation et des services alimentaires, à qui on peut attribuer le quart de la croissance économique de Hong Kong. L'équilibre dans le secteur des services est en

train de se déplacer : les services financiers et commerciaux, qui emploient 11 p. 100 de la main-d'oeuvre, pourraient en employer jusqu'à 30 p. 100 en l'an 2000. À ce moment-là, il pourrait y avoir à Hong Kong plus d'emplois dans le secteur des services financiers et commerciaux que dans la fabrication.

Hong Kong continuera probablement d'offrir des débouchés commerciaux dans un avenir prévisible, à cause des compétences et de l'expérience qui existent dans les secteurs de la fabrication, du commerce international et des opérations bancaires internationales, et de son accès aux produits régionaux pour la transformation, ainsi que de son emplacement idéal pour faire des affaires en Chine ou avec la Chine. L'infrastructure bien développée du territoire et son gouvernement efficient sont d'autres facteurs qui devraient assurer la compétitivité soutenue du centre commercial et économique que constitue Hong Kong.

Hong Kong est une importante source d'investissement pour le Canada. On reconnaît de plus en plus qu'il est extrêmement difficile d'obtenir de l'investissement industriel de la part d'investisseurs qui en sont à leurs premières armes et qui sont surtout intéressés par l'immigration. Le programme de développement de l'investissement du Canada continue de mettre l'accent sur la liaison avec les sociétés et les séminaires sectoriels. On insistera de plus en plus sur les alliances stratégiques avec des entreprises de Hong Kong pour faire des affaires en Chine méridionale.



# 5 Secteurs



## SECTEUR AGROALIMENTAIRE, PÊCHERIES ET PRODUITS CONNEXES

### Contexte commercial

Pour la Chine, alimenter sa population croissante représente un défi de taille. Elle a 22 p. 100 de la population mondiale, mais seulement 7 p. 100 des terres arables. On y pratique principalement une agriculture intensive, mais de faible productivité, 70 p. 100 de la population ayant pour activité l'agriculture et la production alimentaire. La hausse rapide du revenu personnel transforme quantitativement et qualitativement la demande alimentaire.

Le désir d'autosuffisance alimentaire de la Chine commande une augmentation de 6 p. 100 de la production totale de grains, laquelle devra atteindre 500 millions de tonnes d'ici l'an 2000. Malgré des récoltes sans précédent en 1995 et 1996, cet objectif est ambitieux. Le Neuvième Plan quinquennal tient compte du fait qu'un régime alimentaire amélioré, plus varié et plus riche en protéines nécessite le recours à des technologies plus modernes et une hausse de la productivité. Malgré tout, le pays a peu fait pour investir ou créer des incitatifs pouvant mener à la réalisation de ces objectifs. L'industrie du tourisme et de l'accueil de Hong Kong importe d'assez grandes quantités de produits alimentaires conteneurisés. La réexportation et le commerce de détail sont eux aussi des circuits importants pour la vente.

Les solutions aux problèmes alimentaires de la Chine englobent de nombreuses questions qui influent sur le développement durable, dont les suivantes :

- la disparité de revenu de plus en plus grande entre le milieu rural et le milieu urbain;
- la nécessité d'assurer la stabilité sociale;
- la nécessité de créer des emplois en milieu rural tout en améliorant sensiblement la productivité;
- le désir des citadins de voir les prix des aliments rester à leur faible niveau actuel.

### Contraintes

Faire des affaires dans le secteur agricole chinois est difficile pour toutes les entreprises canadiennes, mais réalisable pour certaines. Les difficultés institutionnelles s'expliquent par un certain nombre de facteurs, dont le manque de transparence dans les affaires, le développement insuffisant des mécanismes de crédit et de paiement, qui rend nécessaire des crédits-fournisseurs considérables, et des obstacles tarifaires et non tarifaires importants. L'organisation judiciaire commence à peine à prendre forme, particulièrement dans le domaine des contrats et de la propriété foncière.

Malgré les réductions consenties en 1996 et dont on a beaucoup parlé, la Chine demeure un marché à droits tarifaires élevés, qui décourage l'importation en favorisant la fabrication locale. La mise en oeuvre récente de contingents tarifaires pour beaucoup de produits qui intéressent les exportateurs canadiens, par exemple le blé, l'orge et les oléagineux, n'a fait qu'ajouter à la confusion.

Les lacunes de l'infrastructure matérielle nuisent gravement aux exportations vers la Chine et à la possibilité d'assurer la qualité et la régularité de

l'approvisionnement alimentaire. L'absence d'installations de réfrigération fiables, la congestion et le mauvais état des routes, des chemins de fer, des voies navigables et des ports sont un obstacle permanent.

Heureusement, Hong Kong échappe à beaucoup des obstacles formels qui, en Chine continentale, gênent l'activité commerciale, mais elle souffre de la congestion rencontrée ailleurs. Le marché de Hong Kong se caractérise par des coûts d'entrée élevés, qui sont liés aux frais locaux de vente en gros et de distribution. La concurrence chinoise et étrangère est vive : le marché se caractérise par des volumes élevés, de faibles marges de profits et des coûts élevés du soutien promotionnel local.

La Chine cherche à atteindre l'autosuffisance dans le secteur agroalimentaire. Les marchés se caractérisent par des coûts d'entrée élevés et de faibles marges de commercialisation. Pour réussir, il faut être toujours prêt à l'exportation, assurer un suivi constant, soigner les relations et être très patient.

Le Canada doit soutenir la vive concurrence de fournisseurs de pays tiers comme les États-Unis, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et l'Union européenne. Les Américains et les Australiens sont bien établis dans certaines régions grâce aux investissements effectués depuis de nombreuses années par des entreprises nationales et des associations de l'industrie. Les fournisseurs canadiens doivent donc être très dynamiques et innovateurs pour que les clients changent des habitudes bien établies en matière d'achat de produits étrangers.

## Débouchés

Il y a des débouchés pour les produits agroalimentaires, les produits, services et technologies agricoles à valeur ajoutée et, dans une certaine mesure, pour les aliments transformés en produits finaux.

Le blé demeure le principal produit agricole que le Canada exporte vers la Chine, mais d'autres produits prennent une place de plus en plus importante.

Des produits comme l'orge brassicole et le colza canola représentent des exportations importantes. Certaines cultures spéciales commencent à faire leur apparition sur ce marché. Pour améliorer l'utilisation finale de ces produits et en maximiser la valeur, il faut leur conférer une valeur ajoutée par le moyen de la technologie de commercialisation.

Les exportateurs de denrées doivent relever un défi de taille, qui est d'inciter la Chine à modifier son objectif d'autosuffisance alimentaire et à diversifier ses sources. Cette diversification peut être réalisée en investissant dans la production et la transformation canadiennes, soit directement, soit par le truchement de contrats d'achat ferme à long terme.

L'agriculture à valeur ajoutée est peut-être le secteur où les entreprises canadiennes ont l'avantage concurrentiel le plus marqué en Chine, si elles ont une bonne organisation et un bon positionnement stratégique. Des serres jusqu'au matériel de maintenance des grains, de la génétique animale jusqu'aux techniques de pâturage et d'alimentation des animaux, en passant par la santé, l'élevage, l'abattage et la transformation, les entreprises canadiennes peuvent offrir en grande quantité les produits de bonne qualité dont la Chine a besoin. Les entreprises canadiennes sont également bien positionnées pour répondre au besoin de diversifier les sources de protéines végétales et d'augmenter l'apport en protéines animales, besoin né de l'amélioration du régime alimentaire des Chinois.

Les aliments transformés offrent aussi des possibilités, malgré les obstacles et la vive concurrence. Par exemple, le porc et le boeuf canadiens pourraient bientôt pouvoir entrer directement en Chine. Les poissons, crustacés et coquillages du Canada sont de plus en plus appréciés sur le marché chinois.

Les stratégies d'exportation doivent tenir compte du fait que la Chine ne forme pas un grand marché homogène, mais au contraire un ensemble de marchés régionaux. Les entreprises doivent, pour atteindre la clientèle cible, offrir le bon produit à un

prix compétitif, lui assurer un appui concurrentiel et mettre en oeuvre une stratégie de distribution efficace. Une approche efficace, surtout pour le sud de la Chine, est d'utiliser Hong Kong comme entrepôt. D'autre part, la région du Yangzi devient de plus en plus accessible par Shanghai.

Les acheteurs de Hong Kong sont surtout intéressés par les viandes, les produits de la mer (principalement des produits haut de gamme), les produits de confiserie, les boissons, les aliments préparés surgelés, les aliments de santé et les nouveaux produits des sous-secteurs des produits laitiers et des ingrédients. Les secteurs où les débouchés seront le plus prometteurs au début sont l'industrie de la restauration plutôt que la vente au détail, où certains obstacles à l'entrée, par exemple les listes de rayons, sont plus onéreux.

Les exportations canadiennes de poisson et de fruits de mer (particulièrement de produits vivants ou congelés) vers Hong Kong demeurent élevées, tant pour le secteur des services alimentaires que pour celui de la vente au détail. La diversification de la demande de produits non seulement fait augmenter les ventes de homard et de saumon mais introduit des produits tels que les huîtres, le crabe, les palourdes, les moules, le poisson d'eau douce et d'autres produits de qualité supérieure. Étant donné les goûts locaux et les préoccupations environnementales, la croissance des importations est, de façon générale, plus forte pour les fruits de mer que pour la viande.

## Plan d'action

Les missions du Canada en Chine se distinguent les unes des autres par les services qu'elles offrent à des clientèles différentes. L'ambassade du Canada à Beijing s'occupe de la plus vaste gamme d'intérêts et se spécialise dans l'agriculture, les articles de caractère national, l'interaction avec le gouvernement et la négociation de politiques. La prestation du programme de l'ACDI en Chine se fait elle aussi à partir de Beijing. Les bureaux de Shanghai répondent aux divers besoins des entreprises actives en Chine

orientale. Les missions de Hong Kong et de Guangzhou travaillent en étroite collaboration sur le marché du delta de la rivière des Perles et mettent l'accent surtout sur les aliments préparés, les boissons, la viande et les fruits de mer. En 1997-1998, les missions réaliseront collectivement les projets suivants :

- compléter la négociation de protocoles de quarantaine pour les pommes de terre de semence et les viandes;
- former des spécialistes chinois dans le cadre de séminaires sur des questions techniques comme les contingents tarifaires;
- favoriser une plus grande transparence (par exemple sur la question des quotas) et la réduction des droits tarifaires sur l'orge brassicole, le colza canola et d'autres produits agroalimentaires et fruits de mer;
- poursuivre le programme de promotion de vente au détail de produits alimentaires en coordonnant des campagnes de publicité « Blessed by Nature » à Hong Kong, Shanghai et Guangzhou;
- aider les associations canadiennes (par exemple les associations de producteurs de boeuf, de porc, de saumon et de homard) à réaliser des campagnes de promotion générique en Chine continentale et à Hong Kong;
- communiquer, en temps opportun, des renseignements sur le marché aux entreprises capables d'agir en conséquence;
- sauvegarder et étendre les marchés canadiens en Chine continentale et à Hong Kong pour les produits déjà présents et créer des débouchés pour les produits, technologies et services canadiens nouveaux sur ces marchés;
- donner les conseils voulus pour la participation d'entreprises canadiennes à certaines foires commerciales, dont l'Asia Seafood Show et Food and Hotel China.



## PRODUITS ET SERVICES DE CONSTRUCTION

### Contexte commercial

Les indicateurs actuels donnent à penser que le chiffre de population de la Chine pourrait atteindre 1,6 milliard en l'an 2030. À mesure que la population augmente, elle devient également plus riche et jouit d'un niveau de vie toujours plus élevé. Le revenu par habitant a triplé. Les ventes de biens de consommation ont quadruplé et les ventes au détail ont augmenté de plus de 20 p. 100 par an. La demande d'habitations et de matériaux de construction de meilleure qualité augmente par conséquent. Pour répondre à cette demande accrue, le gouvernement chinois a fait une priorité de la construction d'habitations et de l'amélioration des logements existants.

Certains changements témoignent de l'apparition d'un important nouveau marché de l'habitation. Dans le cadre de la réforme économique générale du gouvernement, ces changements sont en partie soutenus par le programme national d'habitation. Parmi les changements récents, on peut mentionner l'adoption d'un système d'assurance hypothécaire, le rétablissement du droit de propriété individuelle et le fait de considérer le logement comme une marchandise et non plus comme une partie de l'infrastructure. De nouveaux outils, par exemple les hypothèques financées par les banques, émergent comme moyen de financer l'habitation; ce secteur finira par être restructuré en fonction de l'épargne privée.

Hong Kong, connue dans le monde pour son secteur immobilier florissant, joue un rôle actif dans l'industrie chinoise de la construction. Elle-même marché important pour beaucoup de produits et services de construction, Hong Kong est aussi une voie d'accès importante vers le marché chinois.

### Débouchés

Cette nouvelle demande a provoqué dans les villes de Chine une véritable explosion de la construction, surtout d'immeubles à logements

multiples. L'objectif du gouvernement chinois est d'augmenter, d'ici l'an 2000, la superficie moyenne des chambres à coucher, pour les citadins, de manière qu'elle corresponde à un niveau de vie confortable de 9 mètres carrés par personne; actuellement, il y a une pénurie de logements et plusieurs générations d'une même famille doivent encore s'entasser dans de petits appartements. Pour atteindre cet objectif ambitieux, il faudra construire annuellement 200 millions de mètres carrés de nouvelles habitations et 120 millions de mètres carrés de bâtiments de production et de travaux publics. Trente millions de mètres carrés d'anciens logements devenus dangereux doivent de toute urgence être rénovés ou reconstruits et 2 milliards de mètres carrés d'anciens immeubles résidentiels doivent être réparés ou remaniés.

Les débouchés sont donc nombreux pour les entreprises canadiennes du secteur des produits et des services de construction. Le Canada peut offrir à la Chine une grande variété de systèmes d'habitation de qualité élevée à faible coût. Étant donné que les matériaux, les produits et les techniques de construction du pays sont limités en quantité et en qualité, les Chinois recherchent activement la technologie et les investissements étrangers. Certains des matériaux nécessaires pour la construction neuve sont importés, mais les ventes directes du Canada à l'exportation sont limitées par des droits de douanes élevés. Dans ce marché, la Chine préfère les coentreprises qui fabriquent sur place à partir de composants et de technologies étrangers.

Le marché de l'habitation a été défini selon deux catégories : les projets bas de gamme, destinés au marché national et, depuis le début des années 1990, les projets haut de gamme, destinés aux expatriés vivant en Chine et, depuis plus récemment encore, aux nouveaux riches chinois. Les expatriés et les nouveaux riches préfèrent une décoration intérieure plus recherchée et des produits étrangers et sont disposés à payer le prix. Le principal marché demeure celui de l'habitation destinée au citoyen ordinaire; mais les produits canadiens sont plus coûteux et ne peuvent en général pas soutenir la concurrence.

Toutefois, un marché de milieu de gamme et de milieu à haut de gamme se développe aussi et crée davantage de débouchés pour les produits de construction canadiens.

On s'inquiète de plus en plus de la hausse de la consommation d'énergie qu'engendrent les nouvelles constructions, surtout par suite de l'amélioration des systèmes de chauffage et de l'usage plus répandu de la climatisation. Le ministère de la Construction favorise donc la construction d'habitations à grande efficacité énergétique et l'utilisation de nouveaux produits et technologies pour résoudre le problème. Cette approche crée de nombreux débouchés pour les firmes canadiennes qui offrent des produits conçus pour une plus grande efficacité énergétique et qui possèdent l'expertise correspondante.

En raison de l'essor du marché de la rénovation, le secteur des matériaux de décoration intérieure offre aussi d'importants débouchés. Ce secteur semble s'ouvrir davantage aux produits importés, car une certaine clientèle est moins sensible au prix et davantage capable de payer. L'augmentation du revenu disponible, la production massive de logements à bon marché et le financement des hypothèques inciteront les propriétaires à dépenser davantage pour la décoration.

L'augmentation du nombre de décorateurs, de magasins de matériaux de construction au détail et de points de vente en gros améliore le système de distribution et crée de nouveaux débouchés pour les entreprises canadiennes.

Dans le secteur des services, il y a en Chine des débouchés pour les firmes canadiennes dans le domaine de l'architecture, de la gestion immobilière, de la construction, du génie et de l'aménagement intérieur.

Les débouchés demeurent bons pour les services d'architecture, en particulier dans les centres économiques métropolitains comme Beijing,

Shanghai et Guangzhou. Les firmes canadiennes d'architectes ont conçu des projets très connus en Chine, dont le nouvel immeuble de la Bourse de Shanghai, dans la zone économique de Pudong. Étant donné que l'espace à bureaux commence seulement à pouvoir répondre à la demande dans les grands centres, il reste des débouchés pour des projets d'amélioration et de rénovation, car, dans les villes où l'espace est limité, il faut démolir des secteurs qui génèrent peu de recettes fiscales et de revenus commerciaux pour y construire, selon des plans modernes, de nouveaux immeubles commerciaux et résidentiels susceptibles de générer des revenus plus élevés. Les villes et communautés « satellites » voisines de grandes villes telles que Beijing, Shanghai et Guangzhou assurent leur propre développement et ont établi des programmes de travaux d'infrastructure et de construction commerciale pour n'être pas à la remorque des grands centres. Les firmes canadiennes d'architectes peuvent, dans ces villes, tirer parti de la bonne réputation qu'ont déjà acquise les entreprises d'architecture canadiennes en Chine.

À Hong Kong, les travaux de construction de l'aéroport de Chek Lap et des neuf projets associés à cet aéroport continueront d'alimenter la demande de divers produits et services de construction importés. Le budget total du projet est de 20 milliards de dollars américains, sans compter environ 36 000 logements résidentiels qui seront habitables en 1998. Il n'y a pas de fabrication de produits de construction à Hong Kong. Les projets réalisés à Hong Kong ou les produits qui y sont utilisés sont souvent considérés comme des modèles ou des normes à suivre en Chine continentale. La plupart des promoteurs immobiliers, des firmes d'architectes et des fournisseurs de matériaux de construction de Hong Kong ont une forte présence en Chine et sont par conséquent un bon moyen pour avoir accès au marché chinois.

## Contraintes

Les exportateurs canadiens doivent surmonter divers obstacles :

- en Chine, le secteur de la construction ne forme pas un marché unique, mais plusieurs marchés aux caractéristiques très différentes;
- le marché chinois est complexe et hermétique; souvent, il n'y a pas de données ou celles qui existent ne sont pas fiables;
- les droits de douane sur les produits de construction demeurent très élevés et le pays favorise la formation de coentreprises qui fabriquent sur place, en Chine;
- l'absence de financement pose un problème constant;
- les lois qui régissent l'industrie ne sont pas claires et la réglementation change rapidement; la complexité du code du bâtiment est une autre difficulté;
- la concurrence des pays étrangers et des entreprises manufacturières chinoises est très forte;
- à Hong Kong, l'industrie de la construction est bien établie et très évoluée; la concurrence est vive, la présence sur place est importante et les prix sont un facteur déterminant.

## Plan d'action

Dans ce secteur, les objectifs du Plan d'action sont les suivants :

- faire mieux connaître aux Chinois les technologies et les produits canadiens en organisant des missions, des salons professionnels et des séminaires techniques;
- fournir des conseils et des renseignements plus détaillés sur les débouchés pour les produits et services, l'évolution du marché, les règlements et la possibilité d'obtenir un financement à l'exportation;

- profiter de projets, comme celui de l'ACDI sur l'efficacité énergétique des bâtiments et le projet de démonstration de la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) à Shanghai, pour présenter les produits et services canadiens en RPC;
- proposer des projets menant à l'exportation de produits et de services de construction, dans le cadre de la préparation d'un plan d'action en vue du protocole d'entente entre le ministère chinois de la Construction, Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC) et la SCHL;
- aider les entreprises canadiennes à trouver en Chine des représentants, des agents et d'autres partenaires commerciaux ainsi qu'à former des coentreprises.

## ÉNERGIE ÉLECTRIQUE

### Contexte commercial

Dans son Neuvième Plan quinquennal (1996-2000), la Chine a déterminé que le secteur de l'électricité était nettement prioritaire. Bien que la Chine soit actuellement le deuxième producteur d'énergie électrique au monde, après les États-Unis, elle doit ajouter chaque année plus que l'équivalent des installations de production de la baie James seulement pour répondre à la demande.

Profil :

- La puissance installée a presque triplé depuis 1987, pour dépasser maintenant 235 000 mégawatts.
- Objectif national : capacité de 300 000 mégawatts en l'an 2000; 500 000 mégawatts d'ici l'an 2020.

L'énergie thermique est la principale source d'électricité de la Chine, avec 76 p. 100 de la production. L'énergie hydro-électrique représente 23 p. 100 de la production; viennent ensuite l'énergie nucléaire et les autres sources d'énergie, qui représentent moins de 1 p. 100. On prévoit qu'en l'an 2000 la

part de l'énergie thermique dépassera 80 p. 100, que celle de l'énergie hydraulique ne sera plus que de 16 p. 100 et que la part de l'énergie nucléaire et des autres sources d'énergie demeurera proche de 1 p. 100.

Dans le cadre des efforts continus du gouvernement chinois pour établir une base commerciale plus rationnelle pour le développement permanent de l'énergie électrique, les actifs d'exploitation du ministère de l'Énergie électrique ont été transférés à la société d'énergie de l'État, créée récemment. Le ministère de l'Énergie électrique continuera d'être responsable des fonctions d'établissement des politiques et de réglementation, jusqu'à ce que ces fonctions soient transférées à un organisme gouvernemental central, qu'il reste à déterminer, vraisemblablement en 1998.

Les progrès dans le domaine de la réglementation ont été plus lents. Bien que la loi sur l'électricité soit entrée en vigueur en avril 1996, un certain nombre de règlements d'application connexes, dont ceux portant sur l'établissement des prix, restent encore à venir. De même, des règlements additionnels dans des domaines propres à la participation étrangère dans ce secteur n'ont été publiés que récemment. En se fondant sur l'expérience acquise dans plusieurs projets pilotes, le gouvernement est aussi en train de préparer des lignes directrices pour les projets à réaliser dans le cadre de contrats de CET qui seront concentrés sur des centrales thermiques et sur des centrales hydrauliques de moins de 250 mégawatts.

### Débouchés

On prévoit que l'augmentation de la capacité de production d'énergie, d'ici l'an 2000, sera assurée, dans une proportion pouvant atteindre 30 p. 100 par des entreprises étrangères, le reste des travaux pouvant être exécutés par des firmes chinoises.

Par suite de la réorganisation récente, on demande aux administrations et aux organismes locaux de jouer un rôle davantage proactif dans la réalisation et le financement des projets de construction de centrales électriques à partir de sources d'énergie

hydrauliques, thermiques et de cogénération, même s'il faudra toujours obtenir les approbations des niveaux centraux pour les projets plus importants, de plus de 30 millions de dollars américains. Le financement de ces projets continue de soulever des problèmes sérieux. Bien que les institutions financières internationales (IFI) aient été une source importante de financement pour ce secteur, leur participation diminue.

Même si les possibilités de réalisation de projets indépendants de production d'électricité (PIPE) augmentent, ces projets doivent être examinés attentivement en faisant preuve d'une diligence raisonnable en ce qui a trait à la réglementation, qui demeure incomplète. On signale qu'un certain nombre d'investisseurs étrangers cessent de s'intéresser aux grands projets d'électricité pour concentrer leurs efforts sur les petits, à cause de problèmes financiers et bureaucratiques. Un certain nombre de promoteurs du secteur privé, dont plusieurs sont établis à Hong Kong, étudient les possibilités de participation à des PIPE en Chine et constituent une autre voie d'accès au marché pour les fournisseurs canadiens de biens et services.

On prévoit réaliser d'autres centrales nucléaires, particulièrement dans les régions côtières, plus riches, où l'on manque de ressources énergétiques. La remise à neuf des centrales existantes et du réseau de transport depuis longtemps négligé sont aussi des priorités, comme aussi l'électrification rurale.

### Contraintes

Dans l'ensemble, le financement demeure la principale contrainte. On estime que pour atteindre son objectif pour l'an 2000, la Chine devra investir environ 100 milliards de dollars américains dans le seul secteur de l'électricité. Les autorités espèrent obtenir jusqu'à 20 p. 100 de ces capitaux de sources étrangères, dont les sommes nécessaires pour installer environ 35 000 mégawatts dans le cadre de PIPE. Le travail en cours sur la restructuration du secteur et sur l'élaboration d'un cadre réglementaire amélioré vise à éliminer des



défauts de longue date qui ont mené à la stagnation du secteur ces dernières années. Le succès dépend des efforts que le gouvernement consentira pour éliminer les causes des préoccupations qu'a fait connaître le monde des affaires à l'échelle internationale, dont le manque de transparence dans le cadre réglementaire en ce qui concerne les garanties accordées à l'investissement provenant de l'étranger, l'établissement du prix de l'électricité, les taux de rendement, etc.

En dépit de la concurrence acharnée qui existe dans le secteur, les fournisseurs canadiens ont réussi à exporter de l'équipement et de l'expertise dans le secteur de l'électricité en Chine, en grande partie dans des projets financés par les IFI, et l'expertise canadienne est généralement reconnue. Toutefois, les firmes d'ingénierie constatent actuellement qu'une présence continue sur le marché nécessite une participation plus complexe et la capacité d'offrir un ensemble de produits et services, outre le financement. Les fournisseurs d'équipement font face à des demandes de transfert de technologie et de fabrication sur place, sans parler des normes d'inspection onéreuses concernant l'équipement importé en Chine.

### Plan d'action

Voici les objectifs du Plan d'action pour ce secteur :

- soutenir vigoureusement des sociétés ou des groupes de sociétés canadiennes dans leur recherche de projets particuliers à réaliser;
- profiter de la table ronde nationale sur l'électricité pour diffuser des mises à jour régulières sur les progrès réalisés dans le secteur, en matière de réglementation et sur d'autres sujets;
- trouver des possibilités particulières pour les sociétés canadiennes et faire connaître aux entreprises chinoises équivalentes l'expertise canadienne dans le secteur de l'électricité;

- présenter des représentants d'entreprises canadiennes à des investisseurs et à des promoteurs de Hong Kong qui envisagent de financer des projets de production d'électricité en Chine;
- aborder les questions d'accès au marché au moyen de rencontres bilatérales et multilatérales.

## ENVIRONNEMENT

### Contexte commercial

En Chine, la détérioration de l'environnement est un problème grave et coûteux. La pollution cause chaque année une perte économique directe d'au moins 12 milliards de dollars américains, la pollution de l'eau et de l'air étant le problème le plus sérieux. Reconnaissant la nécessité de s'attaquer à ce problème, le gouvernement chinois a adopté le développement durable comme élément de sa stratégie de croissance économique, dans le cadre de son Neuvième Plan quinquennal. En même temps, il s'est fixé comme but de porter l'investissement dans la lutte contre la pollution de l'environnement à 1,5 p. 100 du produit national brut d'ici l'an 2000, comparativement à 0,85 p. 100 actuellement.

### La dépollution : un problème financier

La Chine aura besoin de plus de 7,83 milliards de dollars américains au cours de chacune des trois prochaines années pour lutter contre la pollution. Ce chiffre représente 62 p. 100 de plus que le budget consacré à la lutte contre la pollution entre 1991 et 1995. Le gros de ces fonds devra venir de l'étranger, étant donné l'insuffisance des fonds que peuvent fournir les diverses sources gouvernementales chinoises.

Les IFI, telles que la Banque mondiale, la Banque asiatique de développement, divers organismes des Nations unies et le Fonds pour la coopération économique d'outre-mer du Japon, engagent des sommes considérables pour aider la Chine à maintenir une croissance durable. Toutefois, même avec

des prêts venant de ces organismes internationaux, la Chine devra avoir davantage recours au secteur privé pour financer les immobilisations.

On considère qu'un projet récent de CET dans le domaine de l'eau, approuvé par la Commission de planification de l'État, est une expérience tentée par le gouvernement chinois pour trouver d'autres mécanismes de financement. À Hong Kong, la possibilité d'y financer des projets environnementaux fait du territoire un marché intéressant pour les entreprises pouvant offrir des produits et services qui sont un complément de ce que l'on peut trouver sur place.

### Débouchés

**Eau :** Le traitement des eaux polluées est une des plus hautes priorités de la Chine du point de vue de l'infrastructure économique. L'approvisionnement en eau demeure un problème non résolu dans presque toutes les petites villes et les villages de la Chine. Il manque, pour plus de la moitié des 600 grandes villes de la Chine, 30 millions de mètres cubes d'eau. La pollution des sources d'eau existantes par des eaux d'égout et des effluents industriels non épurés augmente rapidement. Compte tenu de la gravité du problème, de nombreuses possibilités commerciales se présentent pour les sociétés canadiennes dans le domaine de l'équipement d'épuration des eaux d'égout des villes et des industries, des instruments de surveillance et d'analyse de l'environnement et de la technologie de pointe pour la prévention de la pollution de l'eau et la lutte contre cette pollution.

**Lutte contre la pollution atmosphérique et traitement des émissions :** Les particules et la fumée produites par la combustion du charbon demeurent la principale cause de pollution de l'air. Toutefois, l'accroissement rapide du nombre d'automobiles a engendré un grave problème de pollution atmosphérique par les gaz d'échappement. Cette situation est particulièrement visible dans les grandes régions urbaines. La mise en application d'une taxation des émissions polluantes incite les acheteurs de

Chine, dont les administrations municipales, les entreprises d'État et les investisseurs étrangers, à chercher des produits et des services pour lutter contre la pollution atmosphérique. Les technologies de désulfuration et les services de lutte contre la pollution causée par les véhicules et de suppression des fumées sont particulièrement en demande.

### Contraintes

Le manque de financement continue d'être le plus gros obstacle aux efforts de dépollution de l'environnement en Chine. Les IFI et l'aide bilatérale ne peuvent répondre aux besoins de la Chine dans le domaine de la protection de l'environnement. Les autorités chinoises étudient divers moyens de susciter une participation plus active du secteur privé, dont la mise en place de programmes de CET. Malgré ces efforts, la structure actuelle des contrats de CET n'offre pas encore un rendement susceptible d'attirer un investissement étranger suffisant.

La législation chinoise en matière de protection de l'environnement est très élaborée, mais les mécanismes d'application sont encore insuffisants. Plusieurs nouveaux règlements ont été adoptés en 1996, dont un livre blanc sur la protection de l'environnement, une loi révisée sur la pollution de l'air et une modification au code pénal pour y introduire des infractions en matière de pollution de l'environnement. Malgré ce progrès de la législation, les organismes environnementaux chinois n'ont pas encore les ressources nécessaires pour appliquer ces règlements.

Pour le secteur privé chinois, il y a peu d'incitatifs financiers à se conformer aux directives de protection de l'environnement. Comme les coûts de modernisation des usines sont beaucoup plus élevés que les amendes imposées aux pollueurs, la majorité des entreprises chinoises préfèrent encore payer une amende plutôt que d'installer des dispositifs antipollution.

Les sociétés canadiennes qui veulent pénétrer sur le marché chinois des biens et services environnementaux devront soutenir une vive concurrence

d'entreprises américaines, allemandes, japonaises et chinoises. Pour réussir, les sociétés canadiennes doivent avoir une stratégie bien ciblée et un engagement à long terme et elles doivent avoir une présence permanente en Chine.

### Plan d'action

Les objectifs du Plan d'action dans ce secteur sont les suivants :

- participer à ETC '97 (Environment Technology China), foire qui se tiendra à Shanghai en novembre 1997;
- favoriser et appuyer la participation de délégations chinoises à la conférence Globe '98, qui se tiendra à Vancouver (C.-B.), en mars 1998;
- aider les sociétés canadiennes à trouver en Chine des agents commerciaux, des distributeurs, des preneurs de licences et des partenaires dans le cadre de coentreprises;
- rechercher des possibilités d'affaires et de collaboration dans le cadre du protocole d'entente sur la collaboration en matière d'environnement signé par la Chine et le Canada;
- organiser des ateliers techniques pour présenter aux utilisateurs finals chinois le savoir-faire canadien dans le domaine de la lutte contre la pollution de l'air et de l'eau;
- continuer à collaborer avec l'Institut chinois de recherche sur la mécanique et la technologie mécanique en vue de l'élaboration d'une base de données et à soutenir ses efforts pour mieux définir et quantifier la demande de technologie de l'environnement en Chine.

## FORESTERIE

### Contexte commercial

La production et la consommation de pâte et de papier ont augmenté considérablement avec la croissance économique rapide de la Chine depuis 15 ans. La production suffit de moins en moins à une demande de produits du papier en plus grandes quantités et de meilleure qualité. La hausse de la demande est un problème pour l'industrie nationale de la Chine, qui est de plus en plus gênée par le manque de matières premières et de financement et par la technologie dépassée de ses usines de papier. Un boom de la construction a aussi fait augmenter la demande de bois et d'autres matériaux de construction dérivés du bois.

À Hong Kong, l'importation de pâte diminue du fait que la Chine continentale importe de plus en plus sa pâte de papier directement, sans passer par Hong Kong. Toutefois, il y a à Hong Kong une demande croissante de produits en papier et en carton.

### Débouchés

Parmi les pays côtiers du Pacifique, la Chine est un des marchés qui ont la plus forte croissance pour la pâte et les produits en papier. La vente à l'exportation, le transfert de technologie et l'investissement dans l'équipement, la pâte et le papier et les produits en bois offrent des possibilités commerciales.

**Équipement** : La Chine investit beaucoup dans son industrie des pâtes et papiers. Dans le cadre du Neuvième Plan quinquennal de la Chine, on prévoit des investissements annuels équivalant à 1,6 milliard de dollars pour des améliorations techniques et l'importation de machines. En 1994, la Chine continentale a importé pour plus de 1,25 milliard de dollars d'équipement de traitement des produits du bois. En 1995, le Canada a exporté en Chine pour environ 21,5 millions de dollars d'équipement et de pièces d'équipement pour la pâte, le papier et le carton.

**Pâte** : Données (1996) sur le marché chinois de la pâte (pâte de bois et pâte de fibres non ligneuses) :

Marché global de la Chine :	13 478 850 tonnes
Production nationale :	12 008 850 tonnes
Importations :	1 470 000 tonnes

La part du Canada dans les importations était de 40 p. 100 ou 595 000 tonnes, d'une valeur de 328 millions de dollars.

Pour que la production chinoise de pâte de bois puisse répondre à la demande croissante, elle continuera d'être complétée par des importations. En l'an 2000, le marché chinois de la pâte de bois et la pâte de fibres non ligneuses devrait avoir dépassé 25 millions de tonnes, dont 2 à 3 millions de tonnes seront importées, suivant le prix de la pâte et la disponibilité des devises.

À Hong Kong, la demande de pâte chimique se maintiendra, car cette pâte est favorisée par les utilisateurs et par les importateurs locaux du fait qu'elle permet de produire des articles en papier de meilleure qualité.

**Papier** : La production du secteur du papier et du carton a augmenté rapidement depuis 10 ans, pour atteindre 21 millions de tonnes en 1996 (24 millions de tonnes en 1995), mais elle n'a pas été suffisante pour répondre à la demande apparente de 25 millions de tonnes (28,5 millions de tonnes en 1995). Environ 4 millions de tonnes de papier et de carton ont été importées en 1996. Selon les projections actuelles, la production nationale aura atteint 30 millions de tonnes en l'an 2000 et 40 millions de tonnes en 2010. La demande devrait continuer de dépasser la production, ce qui nécessitera des importations additionnelles de papier.

La valeur des exportations canadiennes de papier et de carton a été de 18 millions de dollars en 1995 et de 123 millions de dollars en 1996, cette augmentation étant attribuable surtout aux bas prix et à l'excellente qualité du papier journal du Canada. Plus exactement, le Canada a exporté pour 84 millions de

dollars de papier journal, pour 5 millions de dollars de papier et carton et pour 35 millions de dollars de produits en papier à valeur ajoutée (papier peint, papier domestique et papier pour usages sanitaires, papier à écrire, sacs, etc.).

À Hong Kong, le papier journal canadien est le chef de file sur le marché, encore que la présence des autres produits en papier canadiens ne soit pas importante. Le papier journal représentait seulement 7,3 p. 100 de la valeur totale des importations de pâte et de papier de Hong Kong en 1996. Le Canada a exporté à Hong Kong peu de papier et de carton, produits qui, en 1996, étaient à Hong Kong le plus demandés et constituaient les importations de produits du papier ayant la valeur la plus élevée. La demande de papier kraft, de carton doublure kraft et de carton de pâte blanchie (carton de pure cellulose blanchie) devrait demeurer élevée.

**Bois** : Laisance matérielle croissante des consommateurs alimente un intérêt accru pour les logements neufs et la rénovation domiciliaire. Cette tendance crée ce qui pourrait être un nouveau marché pour les produits en bois à valeur ajoutée venant du Canada, particulièrement pour ceux qui sont utilisés pour le revêtement intérieur. En 1996, les exportations canadiennes ont été les suivantes : bois d'oeuvre, 11 millions de dollars, panneaux dérivés du bois, 306 000 dollars, et matériaux de construction dérivés du bois, 7,6 millions de dollars. En 1996, la Chine a importé 3,2 millions de mètres cubes de bois et 1 million de mètres cubes de contreplaqué, de panneaux plaqués et de stratifiés semblables.

À Hong Kong, la progression de la demande de certains produits du bois à valeur ajoutée se poursuivra. Par exemple, l'utilisation accrue de revêtement de sol en bois dur (hêtre à grandes feuilles, érable et chêne) est une tendance importante sur le marché. De même, les plaquages, les panneaux de bois, y compris ceux en bois de haute technologie tels que les panneaux de fibres à densité moyenne, et les panneaux de particules sont très utilisés dans la fabrication de meubles.



## Contraintes

Les exportateurs canadiens font face à diverses contraintes, dont les suivantes :

- majorité d'usines d'État de faible capacité, qui utilisent de l'équipement dépassé n'étant pas doté de dispositifs antipollution efficaces et qui ont de la difficulté à trouver de bons associés possédant les ressources adéquates du point de vue de la gestion et des finances;
- vive concurrence des pays côtiers du Pacifique et d'autres pays voisins;
- difficultés de financement des achats de machines importées;
- manque général d'information à jour et fiable sur la production intérieure, sur les sociétés locales et sur les projets prévus;
- difficulté de trouver des agents commerciaux et des associés fiables;
- faibles droits de douane sur la pâte importée (2 p. 100), mais droits plus élevés sur les produits à valeur ajoutée tels que le papier et le carton (environ 15 p. 100, plus une taxe de 17 p. 100 sur la valeur ajoutée [TVA]), le papier journal (15 p. 100, plus une TVA de 17 p. 100) et les portes et fenêtres (30 p. 100, plus une TVA de 17 p. 100).

## Plan d'action

Voici les objectifs du Plan d'action dans ce secteur :

- mieux sensibiliser les Chinois aux technologies et aux produits canadiens et augmenter la connaissance qu'ils en ont, au moyen de missions, de foires et de colloques techniques;
- recueillir et diffuser de l'information commerciale et des renseignements sur les marchés à propos des possibilités d'affaires et d'investissement;

- promouvoir l'exportation de papier de qualité et rechercher activement les débouchés pour les matériaux de construction à valeur ajoutée dérivés du bois;
- collaborer avec l'Association canadienne des pâtes et papiers (ACPP), qui est en train d'élaborer un plan d'action pour la Chine, avec l'Institut canadien de recherches sur les pâtes et papiers (PAPRICAN), avec Forintek, avec l'Institut canadien de recherches en génie forestier et avec les associations et instituts de recherche correspondants en Chine;
- tirer parti du renouvellement, du protocole d'entente sur la foresterie entre le Canada et la Chine pour présenter des projets menant à l'exportation de produits et services forestiers;
- cibler des projets appuyés par les IFI et aider à trouver d'autres sources de financement;
- utiliser le projet de démonstration proposé par le SCHL à Shanghai pour faire la promotion des matériaux de construction à valeur ajoutée, de la technologie du bâtiment résidentiel et des services connexes du Canada;
- favoriser l'application d'une méthode de type « Équipe Canada » au marché chinois en facilitant les communications parmi les fabricants d'équipement, les fournisseurs de services et les fournisseurs de pâte, de papier et de produits à valeur ajoutée du Canada;
- aider les entreprises canadiennes à trouver en Chine des représentants, des agents commerciaux, des associés pour former des coentreprises et d'autres associés;
- travailler plus étroitement avec le secteur privé pour vendre de la pâte à papier et des produits en papier en Chine continentale et à Hong Kong.

## TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET TÉLÉCOMMUNICATIONS

Des progrès importants dans les secteurs chinois des technologies de l'information et des télécommunications sont en train de métamorphoser la société chinoise. Les politiques et la planification du gouvernement peuvent à peine suivre l'évolution du marché. Cette évolution rapide est particulièrement évidente sur les marchés qui ont des répercussions directes sur les consommateurs, tels que les services de télécommunications (par exemple la téléphonie mobile, la câblodistribution, Internet) et les ordinateurs personnels.

Le gouvernement chinois et le secteur privé profitent de la concurrence internationale féroce pour accélérer les transferts de technologie et acquérir des technologies et de l'équipement. La protection de la propriété intellectuelle, le financement des projets et la complexité du processus d'approbation des produits constituent de grands obstacles au commerce sur le marché chinois.

Plaque tournante régionale pour les communications et source vitale de capitaux de risque, Hong Kong joue un rôle actif et complémentaire dans le secteur des technologies de l'information de la Chine. Hong Kong constitue aussi un marché important pour toute une gamme de biens et services de technologies de l'information. Plusieurs entreprises internationales se servent de Hong Kong comme tremplin pour vendre leurs produits et services en Chine continentale et en Asie.

Pour réussir sur le marché chinois, il est indispensable d'être représenté sur place ou de disposer d'un agent ou d'un distributeur compétent et de bonne réputation. Il faut aussi se rendre souvent en Chine et investir beaucoup de temps pour nouer des relations d'affaires dans ce pays. Le prix à payer pour mener des affaires en Chine est donc très élevé. Seules les entreprises disposées à s'engager à long terme sur le marché chinois devraient songer à y exporter.

Dans le domaine des technologies de pointe, les débouchés se situent dans trois grands sous-secteurs :

- les télécommunications
- les ordinateurs et les logiciels
- l'espace

## Les télécommunications

### Contexte commercial

Le ministère des Postes et des Télécommunications (MPT) et les régies des télécommunications provinciales de plus en plus autonomes sont les principaux intervenants dans ce secteur. D'autres ministères et de grandes sociétés d'État sont aussi actifs dans ce secteur concurrentiel et contribuent grandement à son développement. Le MPT maintient clairement sa position dominante dans Unicom Chine, la société de télécommunications créée en 1994 pour stimuler la concurrence dans le secteur des télécommunications.

Tous les volets du réseau public national des télécommunications se sont grandement développés en 1996. La disponibilité du spectre s'est améliorée par suite de l'accord conclu entre le MPT et l'Armée de libération populaire, propriétaire du spectre.

### Profil statistique

- La capacité de commutation s'est accrue de 15 millions de lignes et dépasse désormais 100 millions de lignes.
- En 1996, le nombre d'abonnés était passé de 44 millions à 53 millions, ce qui représente un taux de pénétration national de 6,2 p. 100 et un taux de pénétration de 22 p. 100 dans les villes.
- Le gouvernement s'est fixé un objectif de 170 millions de lignes pour l'an 2000, ce qui donnerait un taux de pénétration national de 10 p. 100 et ferait grimper le taux de pénétration dans les villes de 30 à 40 p. 100.

## La téléphonie mobile

- À l'heure actuelle, 70 p. 100 de la technologie employée dans la téléphonie mobile est celle de GSM (Global System for Mobile Communications). La Chine a déployé, à l'essai tout au moins, deux autres technologies mobiles (D-AMPS et AMCR), qui reposent toutes deux sur des normes nord-américaines.
- D'ici l'an 2000, le nombre d'utilisateurs de la téléphonie mobile devrait passer de 6,84 millions à 18 millions.

## La transmission de données et Internet

- Le réseau chinois pour données à commutation par paquets (ChinaPAC) a une capacité de 120 000 terminaux et compte actuellement 50 000 utilisateurs. Le réseau numérique public (ChinaDDN) compte 40 000 utilisateurs et a une capacité totale de 100 000 utilisateurs.
- Il y a quatre points d'entrée nationaux à Internet en Chine et plus d'une centaine de serveurs qui offrent un vaste éventail de services en direct. Il n'y a actuellement que 150 000 abonnés chinois à Internet.
- Selon les prévisions du MPT, en l'an 2000, Beijing pourrait compter à elle seule 1 million d'abonnés à Internet.

## Débouchés

### Chine continentale

Au cours des cinq prochaines années, la Chine devrait investir plus de 50 milliards de dollars dans l'infrastructure et le réseau des télécommunications. Le secteur de l'infrastructure téléphonique classique demeurera un pilier des exportations canadiennes en Chine, en raison surtout de l'expansion rapide du réseau GSM, des lignes interurbaines et des télécommunications rurales.

Durant la période visée par le Plan, le secteur de la transmission des données attirera de plus en plus l'attention, puisqu'il est moins développé. Pour le moment, l'infrastructure de transmission des données s'adresse surtout aux ministères ou aux grandes sociétés d'État. Son développement semble dépendre davantage de la planification gouvernementale que des forces du marché. Tout en s'efforçant de développer son infrastructure de base pour la transmission des données, la Chine est également en train d'établir un réseau national à relais de trames. Malgré l'absence d'une demande immédiate sur le marché pour des applications exigeant une forte capacité de transmission des données, telles que la télé-médecine et le téléenseignement, le MPT songe aussi à mettre en place un réseau MTA (mode de transfert asynchrone).

### Hong Kong

Le marché des télécommunications de Hong Kong est l'un des plus avancés au monde. Le rôle de centre d'affaires international que joue Hong Kong et les coûts élevés du travail créent des débouchés dans le secteur des communications mobiles et dans celui des technologies de pointe, notamment les vidéoconférences. Hong Kong continue également de jouer un rôle déterminant dans la mise au point d'applications de télécommunications spécialisées relatives aux opérations bancaires, à l'échange électronique des données et aux cartes de crédit, secteurs qui affichent la croissance la plus rapide. Les analystes du marché prévoient aussi un accroissement important de la demande d'applications personnalisées telles que la vidéo sur demande.

### Obstacles

Selon le MPT, le financement représente le principal obstacle au développement du réseau des télécommunications chinois. Certains observateurs ont indiqué récemment que l'interdiction de l'investissement étranger ou de la participation étrangère dans la gestion des entreprises de télécommunications nationales s'est assouplie jusqu'à un certain point.

Des accords de construction et de transfert ont été conclus avec des entreprises étrangères. Le Conseil d'État a autorisé récemment, à titre expérimental, les investissements directs de sociétés étrangères dans des coentreprises de télécommunications auxquelles participe Unicom Chine, à condition que la participation de ces sociétés reste inférieure à 50 p. 100.

On croit également que les investissements étrangers dans le secteur des services de télécommunications à valeur ajoutée pourraient être autorisés, à titre expérimental, d'ici l'an 2000.

La hausse rapide du volume et de la qualité de la production de composantes de télécommunications par les entreprises locales et les coentreprises a eu des répercussions négatives sur les importations de certaines pièces.

Par ailleurs, le caractère changeant et incertain du cadre réglementaire ainsi que la complexité du processus d'approbation constituent un obstacle de taille pour les entreprises intéressées à fournir des services Internet.

## Les ordinateurs et les logiciels

### Contexte commercial

Le marché chinois de l'informatique est axé sur le matériel et sur les ordinateurs personnels. Il faudra du temps et un changement d'attitude pour que le marché des logiciels devienne florissant ou pour que les clients achètent des services. En 1996, près de 2 millions d'ordinateurs ont été vendus en Chine et plus de 40 p. 100 d'entre eux avaient été importés.

La plupart de ces ordinateurs ont été achetés par des organisations gouvernementales. Selon les prévisions, le marché pourrait atteindre 3 millions d'ordinateurs en 1997.

## Débouchés

Les débouchés pour les entreprises canadiennes se trouvent principalement dans le secteur des logiciels. Les « Projets or » créent un besoin pour des logiciels avancés dans des secteurs tels que l'éducation et les finances. Il est essentiel de renseigner tous ceux qui seront touchés par l'implantation d'un nouveau logiciel en Chine ou qui en profiteront.

Le marché reste vigoureux à Hong Kong pour les applications informatiques de pointe destinées aux entreprises et aux services gouvernementaux. Étant donné que mener des affaires à Hong Kong coûte de plus en plus cher, il existe maintenant des possibilités d'affaires pour le traitement à l'étranger des opérations financières et pour d'autres services commerciaux pouvant être offerts par le Canada.

## Obstacles

De fortes pressions s'exercent sur les entreprises étrangères du secteur des ordinateurs et des logiciels afin qu'elles établissent des coentreprises en Chine. Le marché des logiciels étant sous-développé, il est difficile de trouver le bon circuit de distribution. Par ailleurs, le problème de la propriété intellectuelle n'est toujours pas réglé en Chine. La plupart du temps, les logiciels canadiens doivent être adaptés aux besoins locaux.



## L'espace

### Contexte commercial

Le programme spatial chinois se concentre surtout sur les communications par satellite. Environ la moitié des 20 programmes de services par satellite dont il est question dans le Neuvième Plan quinquennal de la Chine portent sur les satellites de télécommunication, et l'autre moitié, sur les satellites d'observation de la terre. Le programme chinois de lancement de satellites a repris en mai 1996, après que le lancement de deux satellites de communication (ApstarII et Intelsat) a échoué en 1995 et au début de 1996. Le lancement réussi de Dongfanghong-3 en mai 1997 et la construction du satellite de transmission des données Sinosat, fruit des efforts concertés de la Chine, l'Allemagne et la France, pourraient entraîner une baisse des achats futurs de satellites de communication.

En plus des satellites de communication, la Chine se dote de nouveaux satellites d'observation de la terre, afin de pouvoir détecter et réduire les désastres naturels et d'optimiser la gestion des ressources et l'utilisation des terres.

Les principaux acteurs sur le marché des satellites en Chine sont la Société aérospatiale chinoise (CASC); la Commission des sciences et de la technologie pour la défense nationale (COSTIND); les propriétaires de satellites, tels que la China Oriental Telecom Satellite Company Ltd.; les détenteurs de licence de microstations terriennes et d'autres utilisateurs de services.

### Débouchés

D'importants débouchés s'offrent aux entreprises canadiennes dans les secteurs de l'observation directe et des communications par satellite. Une société canadienne contribue actuellement à la mise à niveau de la station terrestre chinoise afin qu'elle puisse recevoir des données Radarsat. La construction d'une deuxième station est aussi prévue dans le cadre de ce projet.

Les compétences du Canada dans le domaine de l'interprétation des données Radarsat intéressent tout particulièrement la Chine. Des entreprises chinoises et canadiennes discutent actuellement des possibilités de coopération dans ce domaine. La construction du satellite SAR (radar à ouverture synthétique) chinois présenterait des débouchés importants pour les fournisseurs canadiens.

### Obstacles

Il importe de maintenir le contact tant avec l'acheteur ou l'utilisateur, qui peut être l'un des nombreux instituts de recherche, qu'avec le gouvernement chinois. Au bout du compte, il faut presque toujours faire approuver le financement par le gouvernement.

### Plan d'action

Dans ce secteur, le Plan d'action vise les objectifs suivants :

- organiser, de concert avec Industrie Canada et l'industrie canadienne des télécommunications, un séminaire complet sur les capacités canadiennes dans le secteur de la transmission des données. S'inspirant de l'approche Équipe Canada, cette initiative porterait sur la construction et la gestion des réseaux, ainsi que sur les applications de pointe;
- organiser, à l'intention des organisations chinoises, dont le MPT, Unicom Chine et la Commission de la planification d'État, et de concert avec la SEE (Société pour l'expansion des exportations), les banques privées canadiennes, les IFI et les investisseurs canadiens, un séminaire sur le financement des exportations dans le secteur des télécommunications;
- fournir périodiquement du matériel de communication plus complet comprenant :

- a) des profils de marchés qui font le point sur les secteurs des télécommunications, de la transmission des données, des ordinateurs et des logiciels en Chine;
  - b) un bulletin périodique sur le secteur chinois des technologies de l'information;
- promouvoir la capacité du Canada de fournir, 24 heures par jour, des services financiers et des services de traitement de l'information, en particulier à Hong Kong.

## RESSOURCES NATURELLES

### Contexte commercial

#### Les mines

La Chine est l'un des rares pays au monde à posséder des ressources relativement abondantes pour presque tous les types de minéraux. Elle a des réserves prouvées de 151 minéraux, dont 54 métaux et 90 non-métaux. Les gisements vérifiés de 20 minéraux, dont le titane, le tungstène, l'antimoine et le tantale, sont les plus riches au monde. La Chine vient au deuxième rang au monde pour ce qui est des gisements d'alumine, de charbon, d'étain, de molybdène, de niobium, d'argent et de lithium. Elle est le plus grand producteur et consommateur de charbon, et un exportateur net d'un grand nombre de minéraux tels que le molybdène, le tungstène et les métaux des terres rares. La Chine est depuis peu un important producteur et exportateur de vanadium, de titane, de germanium, de gallium et de silicium polycristallin. Malgré ses ressources abondantes, ses réserves et sa consommation par habitant sont inférieures à la moyenne mondiale.

Depuis des décennies, la Chine tente d'accroître sa production de minéraux. En 1996, la production de métaux non ferreux a atteint 4,45 millions de tonnes, en hausse de 6,5 p. 100 par rapport à 1995. La Chine arrive désormais au deuxième rang, derrière les États-Unis, pour sa production de métaux non ferreux. Les réformes économiques de grande

envergure ont provoqué en Chine un boom dans les industries de l'exploitation minière et des métaux à un moment où les marchés mondiaux sont toujours aux prises avec une offre excédentaire et des prix en baisse. La forte hausse de la demande a poussé les prix intérieurs à des niveaux nettement supérieurs aux cours mondiaux, ce qui a provoqué des pénuries et perturbé les marchés. Dans un avenir prévisible, la demande de métaux non ferreux dépassera la production. La Chine se tourne maintenant vers l'étranger, en particulier vers l'Amérique du Sud, à la recherche de possibilités d'investissements qui lui assureraient un approvisionnement sûr et à long terme de divers minéraux, surtout le cuivre.

Les entreprises établies à Hong Kong influent sur les décisions d'importation dans ce secteur. Les importations de produits de base et d'équipements se font par l'intermédiaire d'établissements situés à Hong Kong, sur la côte de la Chine méridionale et le long de la rivière des Perles à Guangzhou.

Une priorité élevée a été accordée à la modernisation et à la rationalisation des mines de charbon existantes par l'introduction de technologies de pointe et la mécanisation à une grande échelle. La Chine augmentera sa production en aménageant 100 mines à rendement élevé dotées d'équipements de haute technologie qu'il faudra importer.

En octobre 1996, la Chine a adopté une nouvelle série de règlements plus stricts découlant de sa loi de 1992 sur la sécurité minière, en réaction à l'accroissement rapide des taux de mortalité et d'accidents.

La Chine autorise maintenant l'exploration minière par des coentreprises. Jusqu'ici ce sont l'or et les métaux non ferreux qui ont retenu l'attention plutôt que le charbon.

Une nouvelle loi sur les ressources minérales est entrée en vigueur le 1er janvier 1997. Elle reconnaît officiellement le droit de transférer des droits miniers et de les céder à bail ou en nantissement. Ce changement est de bon augure pour les sociétés aurifères, même si elles attendent encore les quatre règlements promis.

## Le pétrole et le gaz

Le gouvernement central de la Chine a accordé une priorité élevée au développement de l'industrie nationale du pétrole et du gaz. Environ le cinquième des besoins énergétiques de la Chine est comblé par le pétrole et le gaz naturel. La folle expansion économique survenue dans les années 1980 et les taux de croissance à deux chiffres des années 1990 ont provoqué une montée en flèche de la demande, nettement supérieure à la croissance de la production. Tout en demeurant au cinquième rang mondial des producteurs de pétrole, la Chine est en train d'épuiser les réserves des champs pétrolifères qu'elle exploite depuis longtemps dans l'Est, et la production débute tout juste dans les nouveaux champs situés principalement dans la province de Xinjiang, dans le Nord-Ouest et en mer.

Depuis 1993, la Chine est un importateur net de pétrole. La production intérieure n'augmentera pas beaucoup entre 1995 et l'an 2000, mais elle devrait passer de 3 à 4,5 millions de barils par jour (mbj) d'ici 2010. Vu que la demande de pétrole devrait grimper à 210-260 millions de tonnes d'ici l'an 2000, l'Agence internationale de l'énergie prévoit que les importations de pétrole passeront de 1,1 mbj à 2,3-3,0 mbj d'ici 2010. Les investissements étrangers dans la prospection et l'exploitation du pétrole devraient jouer un rôle de plus en plus important dans l'élimination des goulots d'étranglement dans le secteur de l'énergie en Chine.

Après avoir cherché pendant des décennies à s'autosuffire, la Chine est en train de réévaluer ses politiques : les récents accords d'approvisionnement conclus avec l'Irak et l'Iran, dans le cas du pétrole, et avec la Russie, dans le cas du gaz naturel, traduisent le désir de la Chine de s'assurer un approvisionnement à long terme en produits de base. Ce désir est tout aussi évident pour les ressources minérales, en particulier le cuivre et les concentrés de cuivre.

Comme cela se produit si souvent en Chine, les relations personnelles revêtent une importance cruciale dans l'industrie du pétrole. Avant de pouvoir

espérer être invité à soumissionner, le fournisseur étranger doit d'abord se faire raisonnablement bien connaître de l'utilisateur ultime des équipements qu'il souhaite vendre. Les entreprises qui souhaitent vraiment faire des affaires sur le marché pétrolier en Chine doivent y établir leur présence par l'intermédiaire d'un bon agent ou en ouvrant un bureau sur place. Certaines pourraient aussi envisager de participer à des coentreprises afin de disposer d'un atout face à la concurrence.

L'industrie pétrolière chinoise envoie régulièrement des missions d'étude à l'étranger. Ces délégations recueillent de l'information sur de nouveaux fournisseurs potentiels et renseignent l'industrie chinoise sur les derniers développements technologiques ou sur les nouvelles pratiques de l'industrie. Elles permettent également aux entreprises étrangères d'établir des contacts utiles avec des Chinois en prévision de missions ultérieures en Chine.

## Débouchés

Vu que la demande continue à excéder la production, les industries chinoises des ressources naturelles auront besoin de technologies et d'investissements étrangers pour être en mesure d'atteindre leurs objectifs de production. Voici un aperçu des débouchés qui s'offrent aux entreprises canadiennes :

- les ventes de métaux, la Chine étant un grand importateur de métaux, de minerai concentré et de déchets métalliques, notamment de fer, de cuivre, d'alumine, d'aluminium, de nickel, d'or et de cobalt, et les ventes de minéraux, dont la potasse, le soufre et l'amiante;
- les services et équipements d'exploitation du pétrole et du gaz et d'extraction minière, la Chine important des quantités considérables d'équipement et de véhicules miniers perfectionnés de qualité supérieure à l'état neuf et d'occasion pour ses mines souterraines et à ciel ouvert et pour ses champs de pétrole;

- la conception, la mise au point et la construction de centrales au charbon propres et efficaces par des entreprises de génie et de construction;
- les ventes d'équipement, de procédures et services de formation en gestion concernant la sécurité dans les mines et les champs de pétrole;
- les coentreprises de prospection, l'exploration s'intensifiant dans les zones isolées et sous-explorées du Nord-Est, de la Chine occidentale et de la Chine méridionale pour trouver des gisements de minerai de fer, de cuivre, d'or, d'argent, d'antimoine, d'uranium et de phosphore;
- l'investissement minier pour tirer avantage de l'ouverture de la Chine et des politiques plus favorables annoncées par les autorités chinoises;
- les projets d'exploration et de récupération assistée de pétrole.

Parallèlement aux débouchés dans la prospection et l'exploitation de gisements terrestres et marins de pétrole et de gaz, la demande de technologies et d'équipement augmente dans les secteurs de l'exploitation de gisements de pétrole lourd ou de sables bitumineux, de la récupération assistée de pétrole, du traitement du gaz naturel, de la récupération du soufre, du forage horizontal, de la récupération thermique, de l'installation et de l'exploitation de pipelines, et du forage à grande profondeur. Il existe des occasions de vente de systèmes informatiques et de logiciels, de pompes, de séparateurs, de générateurs de vapeur, d'appareils de forage, de raffineries de gaz modulaires, d'équipement de désulfuration et de laboratoire, de véhicules tout terrain et de services de génie ou de conseil canadiens. Des débouchés d'investissement en aval existent dans des coentreprises de raffinage de pétrole et de pétrochimie devant produire de l'ammoniaque synthétique, du méthanol, de l'éthylène et des engrais.

La participation accrue de sociétés pétrolières internationales à la prospection de gisements terrestres et marins en Chine a également pour effet

d'élargir le bassin de clients potentiels de fournisseurs canadiens de biens, de services et de technologies. Plus de 20 sociétés pétrolières étrangères ont des bureaux à Beijing ou dans d'autres régions du pays, et plusieurs d'entre elles ont déjà signé ou négocient actuellement des contrats de production conjointe.

À Hong Kong, l'or est la plus recherchée des exportations canadiennes, suivie de la potasse, elle aussi exportée en grande quantité. L'activité manufacturière s'est progressivement déplacée de Hong Kong à Guangdong et d'autres provinces chinoises, et une industrie de services est en train de la remplacer. Les décideurs de Hong Kong qui prennent des décisions financières et de gestion continuent à apprécier les minéraux et métaux et les biens et services miniers canadiens. Dans le secteur minier, le Canada a toujours beaucoup exporté à Hong Kong, surtout de l'aluminium, de l'or et du zinc.

## Obstacles

Le marché est extrêmement concurrentiel. Les obstacles procéduraux sont nombreux, en particulier dans le secteur minier. Les grands concurrents européens, américains, australiens et asiatiques des entreprises canadiennes sont tous présents sur le marché et y ont une réputation bien établie.

Les achats se font généralement sur invitation plutôt que par voie d'appel ouvert à la concurrence, ce qui oblige les entreprises à faire la promotion de leurs produits directement auprès des clients potentiels. Les règles de soumission sont imprécises, et il est presque impossible de les faire respecter. Les acheteurs chinois accordent beaucoup d'importance au prix, au transfert de technologie, à la qualité du produit, aux pièces de rechange et au service après-vente lorsqu'ils négocient des contrats.

Les règles pour la création de coentreprises minières aurifères et le statut juridique des entreprises étrangères dans le secteur des métaux précieux sont problématiques.



Beaucoup de mines préfèrent acheter de l'équipement de fabrication locale de moindre qualité parce que leur budget est serré et qu'elles n'ont pas beaucoup de devises. Ce qui compte aux yeux des clients, c'est le prix, la qualité, la possibilité de profiter d'un transfert de technologie, le service après-vente et, surtout, les relations personnelles. Certains fournisseurs d'équipement et de services ont établi des coentreprises avec des partenaires chinois dans le but d'accroître leur part du marché et de profiter des faibles coûts de production de façon à devenir plus concurrentiels sur d'autres marchés.

Les entreprises américaines sont parmi celles qui livrent la plus forte concurrence aux entreprises canadiennes sur le marché du pétrole et du gaz en Chine. Les entreprises européennes, surtout celles d'Allemagne, de France et d'Italie, sont elles aussi en train de se tailler une place sur ce marché. Les Chinois ont l'impression que les fournisseurs européens savent plus que les autres faire montre de souplesse dans les négociations commerciales, et que ces fournisseurs peuvent souvent compter sur le généreux appui financier de leurs banques et de leurs gouvernements. Par contraste, les fournisseurs canadiens ont la réputation d'avoir de bonnes technologies à offrir mais de manquer de souplesse dans la négociation des prix.

## Plan d'action

Dans ce secteur, le Plan d'action vise les objectifs suivants :

- mettre à jour les études sectorielles sur le charbon, les mines, le pétrole et le gaz;
- effectuer une étude sectorielle concise sur les mines d'or en Chine;
- exploiter pleinement, en collaboration avec l'industrie et le gouvernement de l'Alberta, les possibilités qu'offre le Congrès mondial du pétrole à Beijing pour promouvoir les compétences canadiennes et le prochain Congrès mondial du pétrole, qui aura lieu en l'an 2000 à Calgary;

- encourager l'utilisation de technologies et de compétences de gestion canadiennes dans le secteur minier en vertu du protocole d'entente signé par Ressources naturelles Canada et le ministère de la Géologie et des Ressources minérales et la Société nationale de l'industrie des métaux non ferreux de Chine;
- accroître la collaboration avec le Centre pétrolier Chine-Alberta à Beijing, qui met à la disposition des entreprises canadiennes un endroit où tenir des séminaires techniques, des stages de formation et d'autres rencontres de représentants de l'industrie;
- assister les entreprises canadiennes qui participent à des coentreprises, particulièrement en les aidant à surmonter les nombreux obstacles procéduraux dans le secteur de l'exploitation minière qui est en train de s'ouvrir;
- se renseigner sur les nouveaux règlements et les autres changements touchant les activités d'exploitation minière, pétrolière et gazière et en faire l'analyse;
- mieux faire connaître aux Chinois la technologie et les produits canadiens en organisant des missions en Chine, des salons et des séminaires; et
- assurer un suivi et aider le Conseil commercial Canada-Chine qui a mis en place un groupe de travail sur le secteur minier.

## TRANSPORTS

### Contexte commercial

La Chine est en train de devenir le marché d'infrastructure qui affiche la croissance la plus rapide au monde, ce qui crée de formidables débouchés pour les ingénieurs, fournisseurs et investisseurs canadiens. Entre 1996 et l'an 2000, la Chine devrait investir ou recevoir en investissements étrangers plus de 100 milliards de dollars américains dans

l'infrastructure des transports, ce qui en fera l'un des plus grands marchés d'infrastructure au monde. Malgré ces prévisions, les experts craignent que le réseau des transports surchargé et les infrastructures insuffisantes ne ralentissent la croissance économique rapide du pays.

### Surmonter les obstacles dans le secteur des transports

Le gouvernement central s'est engagé à déployer des efforts stratégiques pour stimuler la croissance économique de l'intérieur du pays. Le succès de cette politique dépendra en grande partie de la rapidité avec laquelle les réseaux de transport pourront se développer pour servir la population et les industries de ces marchés régionaux.

La Chine est actuellement l'un des pays d'Asie où il y a le moins de véhicules par habitant, soit un véhicule pour 207 personnes ou une automobile pour 2 000 personnes. La croissance économique continue et l'apparition d'une classe moyenne importante devraient stimuler la demande de véhicules commerciaux et d'automobiles. Le gouvernement chinois a en outre annoncé son intention de faire de l'industrie de l'automobile un pilier du développement industriel d'ici la fin du siècle.

Le transport routier, ferroviaire et aérien ainsi que les secteurs connexes de la conception et de la fabrication se font la lutte pour attirer les capitaux, la technologie et les intrants de gestion étrangers. Les règlements concernant le rapport entre les parts d'investissement réservées à l'industrie de l'assemblage et à celles de la fabrication de pièces ont été modifiés, de sorte que l'industrie de la fabrication de pièces bénéficie désormais d'une portion importante de l'investissement étranger. Tout récemment encore, la Chine mettait davantage l'accent sur le développement de l'industrie de l'assemblage.

Le marché de l'aviation chinois reste un marché important, puisque les volumes de transport aérien de passagers et de marchandises continuent de progresser à un taux qui dépasse 15 p. 100 par année.

L'industrie nationale de l'aviation s'est améliorée de manière continue en Chine ces dernières années et l'on voit s'implanter une forte capacité de fabrication de pièces d'avion vendues à de nombreux manufacturiers occidentaux.

Parallèlement à l'expansion rapide de son secteur de l'aviation, la Chine achètera de plus en plus d'aéronefs et de grosses pièces, et modernisera ou améliorera ses équipements de sécurité et de surveillance au sol et ses systèmes de contrôle de la circulation aérienne.

Dans cette perspective, la Chine entend se lancer dans d'ambitieux projets de construction ou de modernisation de nombreux aéroports au cours des 10 prochaines années. En plus de plusieurs projets clés touchant les aéroports des capitales provinciales, d'importants travaux d'agrandissement sont en cours à l'aéroport de Beijing, et de nouveaux projets d'aménagement aéroportuaire sont prévus ou déjà en cours aux aéroports de Guangzhou et de Shanghai Pudong.

Hong Kong et Macao représentent des marchés importants et des centres de démonstration clés pour les constructeurs d'avions à réaction et d'hélicoptères d'affaires et de transport régional, maintenant que des marchés sont en train de se développer en Chine continentale.

Les exportateurs de matériel de défense, de matériel aérospatial et de certains équipements de transport pourraient être tenus de se procurer un permis auprès du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international; ils ont donc tout intérêt à se renseigner le plus tôt possible.

## Débouchés

### Automobiles

Étant donné que les fabricants d'automobiles nord-américains renforcent leur présence en Chine, les débouchés pour les fabricants de pièces canadiens ne cessent d'augmenter. Les fabricants de pièces canadiens offrent les technologies de procédés et les

capacités de génie que recherche une industrie chinoise sous-développée. En s'appuyant sur les relations fournisseur-assembleur qui existent déjà, les fabricants de pièces canadiens sont bien placés pour élaborer leurs propres stratégies commerciales à l'égard de la Chine.

Les fournisseurs canadiens de pièces de rechange ont un avantage comparatif dans le secteur de l'équipement de réparation, des outils et des produits destinés aux garages. Les sociétés canadiennes sont déjà présentes sur le marché du matériel d'entretien dont ont besoin les ateliers de réparation de diverses régions de la Chine. Ce besoin devrait augmenter à mesure que l'industrie de l'automobile nord-américaine prendra de l'expansion sur le marché chinois.

#### Transport en commun

Étant donné la croissance des villes chinoises – certaines d'entre elles pourraient bien faire partie très bientôt des plus grands centres urbains au monde – les réseaux de transport en commun ont du mal à répondre à la demande. Plusieurs agglomérations clés, dont celles de Beijing, de Tianjin, de Shanghai, de Guangzhou et de Chongqing, dressent des plans de réseaux de métro ou de transport urbain par train léger, selon la disponibilité des fonds d'investissement. Des projets d'expansion du train léger et du métro sont aussi prévus à Hong Kong.

#### Les routes

D'ici l'an 2000, plus de 50 milliards de dollars américains devraient être injectés dans la construction de routes. Puisque ce sous-secteur des transports relève plus directement que tout autre des gouvernements locaux, les occasions de réaliser des projets de moindre envergure y sont plus nombreuses. Ces projets peuvent comporter des éléments de conception, de financement, de génie, de technologie et, dans certains cas, de gestion.

Le transport routier, ferroviaire et aérien ainsi que les secteurs connexes de la conception et de la

fabrication se font la lutte pour attirer les capitaux, la technologie et les intrants de gestion étrangers.

À Hong Kong, l'aménagement d'importantes infrastructures fait partie d'un vaste plan stratégique d'expansion pour le siècle prochain. Le nouvel aéroport de Chek Lap Kok devrait ouvrir en 1998. On prévoit construire des voies ferrées de grande capacité pour prolonger le nouveau Corridor de l'Ouest, afin d'améliorer les liens entre les terminaux conteneurs existants ou en construction, et avec le reste de la Chine. Ces projets créent des débouchés pour les systèmes de transport préfabriqués, pour le matériel roulant et les équipements de signalisation et de communication ferroviaire et aérienne, ainsi que pour les marchés de sous-traitance connexe.

#### La construction d'infrastructures

Compte tenu de l'importance des goulots d'étranglement dans le réseau des transports, le développement des infrastructures est devenu un enjeu stratégique pour les gouvernements et les institutions multilatérales telles que la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement. Des prêts importants sont accordés à la Chine pour des projets dans les secteurs du transport ferroviaire, du transport en commun, des routes et de l'aménagement portuaire.

Les nouvelles occasions de participer à des projets d'infrastructure dans le secteur des transports se multiplient. Les entreprises doivent se montrer souples, être capables de s'adapter au marché chinois et faire montre d'innovation dans l'application de leurs méthodes de travail et techniques. Les propositions doivent être bien précises afin de réduire au minimum les risques financiers et d'en garantir l'évaluation à leur plein mérite.

L'aménagement des aéroports est ouvert à une participation financière étrangère limitée. Certains projets peuvent être conçus comme des systèmes autonomes. La demande d'équipements aéroportuaires et d'aides à la navigation, côté piste et côté aérogare, est forte. La Chine a entre autres besoin d'équipements pour ses aéroports, de systèmes de contrôle de la circulation

aérienne, de matériel radar, d'équipements d'éclairage, de manutention des bagages et de sécurité ou de sûreté, de véhicules spécialisés et de systèmes d'affichage des vols.

L'entretien de la flotte de plus en plus nombreuse d'aéronefs de fabrication occidentale représente un important sous-secteur. Des entreprises canadiennes peuvent offrir de vendre des équipements de réparation et d'essai à des sociétés existantes ou étudier la possibilité de se trouver un partenaire sur place pour y mettre au point les équipements ou y offrir les services nécessaires.

Le développement des ressources humaines est hautement prioritaire pour les autorités chinoises. La formation pourrait devenir un important marché. Les compétences visant à appuyer des transporteurs aériens et des aéroports sûrs, efficaces et rentables, des routes financièrement viables, ainsi que des réseaux ferroviaires et de transport urbain efficaces seront très recherchées. Il existe des possibilités de collaboration dans les domaines de la gestion, de la formation technique et de la formation relative à la sécurité et à la réglementation.

De grandes entreprises canadiennes sont déjà actives en Chine. Les entreprises de moindre envergure qui possèdent un savoir-faire bien particulier dans un certain créneau peuvent augmenter leur visibilité en Chine en offrant leurs services en sous-traitance à de grandes entreprises, en participant à des consortiums ou en formant des alliances stratégiques.

Les promoteurs et les banques d'affaires de Hong Kong constituent un important point d'accès au marché chinois de la construction d'infrastructures. Établis dans le principal carrefour financier et d'information de la région, ils sont souvent parmi les premiers à être informés de nouveaux débouchés et ils disposent d'importantes ressources financières et de constitution de réseaux.

#### Obstacles

Étant donné que le financement de la vente de produits et services constitue souvent un obstacle de taille, on exige habituellement des exportateurs qu'ils fournissent les fonds ou les capitaux d'investissement nécessaires.

À l'exception du secteur de l'aviation et de l'aérospatiale, les capacités du Canada dans les industries et les services de transport sont relativement peu connues. La concurrence des fournisseurs européens, japonais et américains peut être farouche, en particulier pour les grands projets de prestige.

Le marché chinois des produits manufacturés demeure protégé par des droits d'importation élevés et par des mesures touchant les investissements commerciaux destinées à encourager la production intérieure de véhicules et de pièces. Que ce soit dans le secteur de l'automobile, de l'aviation, du transport en commun ou dans un autre secteur, pour réussir en Chine, il faut souvent prévoir des transferts de technologie, de la formation et parfois des coentreprises de fabrication.

Contrairement à ce qui se passe ailleurs dans le monde, le fournisseur de services spécialisés peut difficilement pénétrer seul le marché local; on exige presque toujours de lui que ses services fassent partie d'une offre globale. Par exemple, les services d'ingénierie, habituellement sous-évalués en Chine, doivent figurer dans la transaction globale. La Chine est particulièrement accueillante pour les entreprises, les sociétés mixtes ou les consortiums capables de voir à tous les aspects d'un projet, depuis la conception et la construction jusqu'à l'exploitation et l'entretien, en passant par le financement.



## Plan d'action

Dans ce secteur, le Plan d'action vise les objectifs suivants :

- mettre sur pied et appuyer des équipes de représentants de l'industrie et du gouvernement appelées à exploiter les débouchés dans des secteurs bien précis, après les succès remportés par Équipe Canada Aéroports (1996) et Équipe Canada Rail(1995);
- dégager les fournisseurs clés de pièces et technologie automobile au Canada qui pourraient participer à des projets de développement du secteur de l'automobile et des transports en commun en Chine, et les aider à élaborer leurs plans d'affaires pour la Chine;
- élargir le marché des produits clés de l'aérospatiale et de l'aviation du Canada, y compris les avions de transport régional, les simulateurs et le matériel de contrôle aérien et de navigation aérienne;
- développer et faciliter l'accès aux investisseurs, aux promoteurs et aux banques d'affaires en mettant en valeur les avantages des technologies et des services canadiens;

- établir quels projets la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement financent ou ont l'intention de financer et encourager les entreprises canadiennes intéressées à se renseigner sur l'état d'avancement de ces projets auprès des sièges sociaux des banques et à faire les démarches nécessaires auprès des gestionnaires de ces projets;
- mieux faire connaître aux Chinois les capacités du Canada dans le secteur des transports en finançant des missions, des séminaires et des foires commerciales;
- profiter des précieux contacts établis par l'ACDI dans le cadre de ses programmes bilatéraux de formation dans le domaine des transports en déterminant par quelles voies un suivi utile pourrait être assuré;
- établir et multiplier les contacts avec des fonctionnaires locaux et des gestionnaires de projet et voir à ce que les fournisseurs canadiens soient informés rapidement des nouvelles occasions d'affaires.

# 6 Pleins feux sur...



## Les services commerciaux et professionnels

### Contexte commercial

Le Canada a de grands intérêts commerciaux à Hong Kong. Plus de 100 entreprises canadiennes de toutes tailles et oeuvrant dans un grand nombre de secteurs ont établi à Hong Kong leurs bureaux régionaux pour l'Asie de l'Est. Grâce à ses 900 membres, la Canadian Chamber of Commerce in Hong Kong est la plus grosse chambre de commerce canadienne à l'étranger. La transformation de Hong Kong en un centre régional de services financiers et de services d'information d'affaires à l'aval du nouveau gouvernement de Hong Kong et crée de nombreuses possibilités d'affaires pour les entreprises canadiennes qui oeuvrent dans le secteur des services commerciaux internationaux.

Si la tendance actuelle se maintient, la part du secteur des services de Hong Kong dans le PIB pourrait bientôt dépasser 85 p. 100. Les autorités monétaires de Hong Kong estiment que Hong Kong vient au troisième rang au monde pour le nombre d'employés du secteur financier. Près de 350 000 personnes oeuvrent dans cette industrie, dont le poids fait ressortir encore plus l'importance financière que revêt Hong Kong pour les intérêts du Canada en Asie.

Vingt institutions financières canadiennes sont établies sur le territoire, ainsi que trois cabinets d'avocats canadiens, 16 cabinets offrant des services juridiques canadiens et neuf cabinets de comptables offrant des services financiers et de conseils en gestion. D'autres entreprises canadiennes oeuvrent

dans le secteur des valeurs mobilières, des télécommunications, des technologies de l'information et des services d'immigration.

Depuis l'établissement du Centre d'éducation canadien (CEC) en 1996, le Canada attire un nombre croissant d'étudiants de Hong Kong qui viennent poursuivre chez nous des études avancées ou des études postdoctorales. Les études en commerce, dans un programme structuré tel que le MBA ou dans un programme de techniques commerciales plus concret, sont aussi très prometteuses pour les établissements canadiens d'éducation et de formation.

Le marché chinois de la formation en gestion et de la formation technique est en forte croissance et, afin de l'exploiter, maintes entreprises et établissements canadiens d'enseignement ont commencé à établir des alliances avec des organisations chinoises. Le nouveau mini-CEC à Beijing s'applique à développer les possibilités de contrats de formation avec des institutions et entreprises; contrairement aux autres CEC de la région, il ne travaillera pas en priorité à recruter des étudiants, du moins à court terme.

Le tourisme offre lui aussi de nombreux débouchés. Parce qu'ils ont un revenu plus élevé, les citoyens de Hong Kong se tournent désormais vers le tourisme d'aventure, axé sur les activités sportives (le golf, la plongée sous-marine, la randonnée de haute montagne), les croisières et les excursions en train.

Bien que moins développé qu'à Hong Kong, le secteur des services prend rapidement de l'expansion en Chine. Surtout à Beijing, Shanghai et Guangzhou, des professionnels canadiens de plus en plus nombreux fournissent des services bancaires, comptables



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



des pansements, des tampons et de l'alcool médical. Elles n'ont pas aussi bien réussi dans la vente de produits et d'équipement haut de gamme. Il faut de plus grands efforts de commercialisation pour sensibiliser davantage le marché à l'équipement et aux fournitures du Canada, en particulier les utilisateurs finals locaux et le personnel responsable des marchés et des hôpitaux d'État.

### Chine continentale

Compte tenu de sa population importante et de la hausse de son niveau de vie, la Chine continentale offre elle aussi de bons débouchés pour les services et l'équipement médicaux canadiens et pour les produits pharmaceutiques. Le financement est souvent le plus gros obstacle, cependant, et les fournisseurs étrangers doivent faire face aux fluctuations d'un marché de plus en plus réglementé.

# 7 Points de contact



## Bureaux et services du gouvernement du Canada en Chine

La Section des affaires commerciales et économiques de l'ambassade du Canada à Beijing et les consulats à Shanghai, à Guangzhou et à Hong Kong peuvent fournir une aide cruciale aux entreprises canadiennes prêtes à exporter qui désirent pénétrer les marchés de la Chine ou de Hong Kong. Les délégués commerciaux, qui connaissent bien ces marchés, peuvent apporter une aide précieuse aux entreprises canadiennes intéressées.

Nous encourageons les exportateurs désireux de pénétrer ces marchés à fournir aux délégués commerciaux des renseignements sur leurs produits, leurs prix et leur entreprise, et à les informer longtemps à l'avance d'éventuels projets de voyage en Chine.

Parmi les différents services qu'ils offrent, les délégués commerciaux sont en mesure :

- de mettre les entreprises canadiennes en contact avec des clients potentiels en Chine;
- de les conseiller en ce qui a trait aux mécanismes de commercialisation;
- de les renseigner sur les foires commerciales;
- de repérer des entreprises chinoises pouvant jouer le rôle d'agents;
- de recueillir des renseignements commerciaux stratégiques sur des clients potentiels à l'étranger.

## Beijing

Ambassade du Canada  
19 Dongzhimenwai Street  
Chaoyang District  
Beijing 100600, République populaire de Chine  
Tél. : (86-10) 6532-3536  
Télec. : (86-10) 6532-4072

**Territoire :** municipalités de Beijing et Tianjin; provinces/régions de Gansu, Guizhou, Hebei, Heilongjiang, Henan, Hubei, Hunan, Jilin, Liaoning, Nei Mongol (Mongolie intérieure), Ningxia, Qinghai, Shaanxi, Shandong, Shanxi, Sichuan, Xinjiang, Xizang (Tibet) et Yunnan.

## Shanghai

Consulat général du Canada  
West Tower, Suite 604  
American International Centre at  
Shanghai Centre  
1376 Nanjing Xi Lu  
Shanghai 200040, République populaire de Chine  
Tél. : (86-21) 6279-8400  
Télec. : (86-21) 6279-8401

**Territoire :** municipalité de Shanghai et provinces de Jiangsu, Zhejiang, Anhui et Jiangxi.

## Guangzhou

Consulat du Canada  
Room 801  
China Hotel Office Tower  
Liu Hua Lu  
Guangzhou 510015, République populaire  
de Chine  
Tél. : (86-20) 8666-0569  
Télec. : (86-20) 8667-2401

**Territoire :** provinces de Guangdong, Guangxi,  
Hainan et Fujian.

## Hong Kong

Consulat général du Canada  
13th Floor  
1 Exchange Square  
8 Connaught Place  
Central, Hong Kong  
Adresse postale : G.P.O. 11142  
Tél. : (852) 2847-7414  
Télec. : (852) 2847-7441  
CÉ : td.hkong@hkong02.x400.gc.ca  
Internet : <http://www.canada.org.hk>

**Territoire :** Hong Kong, Macau et provinces  
méridionales chinoises de Fujian, Guangdong,  
Hainan et Guangxi.

## Bureaux et services du gouvernement du Canada au Canada

Les Centres de commerce international (CCI) situés dans toutes les régions du pays aident les exportateurs canadiens à tirer parti des débouchés qu'offrent les marchés étrangers. Les agents des CCI fournissent des renseignements à jour sur les marchés internationaux, les possibilités de formation de coentreprises et de transfert de technologies, les foires et missions commerciales, et les conférences et séminaires portant sur le commerce. Les CCI peuvent tout particulièrement aider les entreprises prêtes à exporter à préparer leur plan de commercialisation. Il faut absolument disposer d'un tel plan avant

d'envisager de pénétrer un marché d'exportation et avant d'entrer en contact avec un délégué commercial à l'étranger.

Les CCI du Canada sont en mesure de vous renseigner sur les possibilités d'affaires à l'étranger grâce à un réseau de délégués commerciaux travaillant dans 128 villes situées partout dans le monde. Parce qu'ils se trouvent sur place, les délégués commerciaux peuvent vous aider à repérer des clients éventuels, vous mettre au courant des pratiques commerciales locales et faire connaître votre entreprise aux acheteurs de la région.

Les CCI peuvent en outre vous fournir un exemplaire du *Guide des services à l'exportation*, qui donne un aperçu des services à l'exportation offerts aux entreprises canadiennes.

### Points de contact :

	Téléphone	Télécopieur
St. John's	(709) 772-5511	(709) 772-2373
Charlottetown	(902) 566-7443	(902) 566-7450
Halifax	(902) 426-7540	(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

Que vous exportiez déjà ou que vous commenciez à peine à exporter, l'InfoCentre peut vous venir en aide en vous fournissant des renseignements et des conseils. Vous pouvez y obtenir plus de 1 500 études de marché ainsi que de l'information sur les débouchés, les programmes et les services sous la forme qui répond le mieux à vos besoins. Vous y trouverez également une multitude de publications sur le commerce, l'investissement et la politique étrangère.

### Points de contact :

Tél. : 1-800-267-8376  
(613) 944-4500  
(région d'Ottawa-Hull)  
(613) 996-9136 (malentendants)  
Télec. : (613) 996-9709  
FaxLink: (613) 944-4000  
(à partir d'un télécopieur)  
Internet : <http://www.infocentre.gc.ca>

Au MAECI, la coordination générale des relations avec la Chine relève de la **Direction de la Chine**. De concert avec les missions en Chine et d'autres intervenants, la Direction coordonne l'élaboration et la mise en application d'une stratégie commerciale pour la Chine et veille à ce que la politique du Canada à l'égard de la Chine tienne pleinement compte des intérêts commerciaux.

Direction de la Chine (PRC)  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international  
Édifice Lester B. Pearson  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2  
Tél. : (613) 996-0905  
Télec. : (613) 943-1068

**WIN Exports** est une base de données sur les exportateurs canadiens et leurs produits et services. Les délégués commerciaux travaillant au Canada et à l'étranger utilisent ce système pour fournir des renseignements, se tenir au courant des services disponibles et établir des liens entre des entreprises comme la vôtre et les acheteurs étrangers. L'entreprise qui figure dans cette base de données peut avoir accès aux quelque 1 500 études de marché énumérées au babillard en direct de l'InfoCentre et reçoit automatiquement CanadExport, le bulletin du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international portant sur le commerce.

### Pour vous inscrire, veuillez composer l'un des numéros suivants :

Tél. : 1-800-551-4WIN (4946),  
(613) 944-4946 (région d'Ottawa-Hull)  
Télec. : 1-800-667-3802,  
(613) 944-1078 (région d'Ottawa-Hull)

**La Stratégie canadienne pour le commerce international** (SCCI) découle d'un processus consultatif réunissant le gouvernement et le secteur privé et visant à déterminer les nouvelles tendances, les possibilités et les défis liés aux principaux marchés et à élaborer des stratégies pour aider l'industrie canadienne à réaliser des affaires à l'étranger. Le Compendium de la SCCI est une liste en direct et à jour des activités de promotion et des événements commerciaux parrainés par le gouvernement se déroulant au Canada et à l'étranger, liste dressée dans le cadre du processus de la SCCI.

Internet : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/english/trade/cibs/francais>

**Strategis**, le plus important site Web canadien ayant trait au commerce, offre entièrement en direct une multitude de renseignements relatifs à l'exportation qui peuvent vous aider à prendre des décisions au sujet de possibilités de croissance, à explorer de nouveaux marchés et à évaluer les risques associés à de nouvelles démarches. La base de données canadiennes et américaines « Données sur le commerce en direct », que vous pouvez consulter par l'intermédiaire de Strategis, contient de l'information sur les tendances commerciales et les parts de marchés d'importation ainsi que d'autres renseignements importants qui peuvent vous aider à vous faire une idée des nouveaux marchés, à évaluer la concurrence et à planifier votre production.

### Points de contact :

Tél. : 1-800-328-6189 ou (613) 954-5431  
Télec. : (613) 954-5031  
CÉ : TDO@ic.gc.ca  
Internet : <http://strategis.ic.gc.ca>



**Le Réseau Info Agro-Export (RIAE)**, initiative du Service d'exportation agroalimentaire, fournit en direct de l'information sur l'exportation de produits agroalimentaires, notamment des profils de pays et de marchés ainsi que des renseignements sur les fournisseurs canadiens et sur les foires et les missions commerciales. Le RIAE contient également un répertoire de personnes-ressources du gouvernement fédéral travaillant partout dans le monde. Pour le consulter, il suffit d'accéder au site <http://atn-riae.agr.ca/> puis de cliquer sur « Contacts commerciaux ».

Vous pouvez aussi entrer en communication avec un coordonnateur de l'information de votre région :

	<b>Téléphone</b>
Terre-Neuve	(709) 772-4063
Île-du-Prince-Édouard	(902) 566-7310
Nouvelle-Écosse	(902) 893-0068
Nouveau-Brunswick	(506) 452-3706
Québec	(418) 648-4775
Montréal	(514) 283-8888
Ontario	(519) 837-9400
Manitoba	(204) 984-4409
Saskatchewan	(306) 780-5452
Alberta	(403) 495-6775
Colombie-Britannique	(604) 666-3054

## Financement à l'exportation

**La Banque de développement du Canada (BDC)**, qui offre à la fois des services financiers et administratifs, se veut un « guichet unique » répondant à tous vos besoins de nature commerciale.

La BDC cherche, en particulier, à répondre aux besoins des petites et moyennes entreprises qui s'aventurent pour la première fois sur les marchés étrangers ou qui s'y trouvent déjà.

### Points de contact :

Tél. : 1-888-INFO-BDC (463-6232)  
Internet : <http://www.bdc.ca/site/right/index.html>

**La Corporation commerciale canadienne (CCC)** peut vous aider à réaliser des affaires à l'étranger, à négocier des contrats et à conclure des ventes assorties de meilleures conditions et comportant moins de risques. En jouant le rôle d'entrepreneur principal, la CCC garantit à l'acheteur étranger, au nom du gouvernement du Canada, que vous respecterez les conditions du contrat.

### Points de contact :

Tél. : (613) 996-0034  
Télec. : (613) 995-2121 ou (613) 947-3903  
CÉ : [info@ccc.ca](mailto:info@ccc.ca)  
Internet : <http://www.ccc.ca/index-f.htm>

**La Société pour l'expansion des exportations (SEE)** peut vous aider à affronter la concurrence sur les marchés mondiaux sans prendre trop de risques en vous fournissant divers services de gestion des risques. Près de 85 p. 100 des clients de la SEE sont des petites et moyennes entreprises. La SEE dispose en outre d'une équipe spécialisée dans les services destinés aux exportateurs ayant un chiffre d'affaires de 1 million de dollars ou moins. Vous pouvez joindre cette équipe en composant le 1-800-850-9626.

### Points de contact :

Tél. : (613) 598-2500  
Télec. : (613) 237-2690  
CÉ : [export@edc4.edc.ca](mailto:export@edc4.edc.ca)  
Internet : <http://www.edc.ca>

**L'Agence canadienne de développement international (ACDI)** administre la plupart des programmes canadiens d'aide au développement visant plus d'une centaine de pays. Elle compte sur l'appui d'entreprises canadiennes (consultants, entrepreneurs et fournisseurs) pour un grand nombre de ces programmes. Vous pouvez communiquer directement avec l'ACDI ou consulter le Service des invitations ouvertes à soumissionner (SIOS) pour les contrats de plus de 100 000 \$.

### Points de contact :

SIOS :  
Tél. : 1-800-361-4637; (613)737-3374  
(région d'Ottawa-Hull)  
Internet : <http://www.obs.ism.ca>

ACDI : Direction de la gestion des marchés  
Tél. : (819) 997-7778;  
Télec. : (819) 994-5395  
Internet : <http://www.acdi-cida.gc.ca>

**Le Programme de coopération industrielle (PCI)** aide les entreprises canadiennes à établir de solides relations d'affaires avec des partenaires de pays en développement. En encourageant et en appuyant le développement socio-économique à l'étranger, le PCI favorise la création d'emplois au Canada et aide les entreprises canadiennes à pénétrer certains des marchés les plus dynamiques du monde.

### Points de contact :

ACDI, Service de renseignements au public  
Tél. : (819) 997-5006;  
Télec. : (819) 953-6088  
CÉ : [info@acdi-cida.gc.ca](mailto:info@acdi-cida.gc.ca)  
Internet : <http://www.acdi-cida.gc.ca>

**Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME)** peut fournir aux petites et moyennes entreprises des fonds remboursables selon certaines conditions afin de les aider à pénétrer les marchés d'exportation. Le PDME vise à accroître la vente de produits et de services canadiens à l'étranger en permettant aux nouveaux exportateurs de visiter

d'éventuels marchés ou de participer à des foires commerciales internationales et en aidant les entreprises à préparer des soumissions dans le cadre d'importants projets d'immobilisations réalisés à l'extérieur du pays pour qu'elles puissent mieux concurrencer les entreprises étrangères.

### Points de contact :

L'InfoCentre ou le Centre de commerce international le plus près de chez vous

## Associations de gens d'affaires

### Le Conseil commercial Canada-Chine (CCCC)

Le CCCC est une organisation privée sans but lucratif, constituée en société en 1978, qui facilite et encourage le commerce et l'investissement entre le Canada et la République populaire de Chine. Il offre à ses membres différents services commerciaux : études préliminaires de marché, organisation de réunions et utilisation de bureaux, postes de travail ou « bureaux virtuels » à Beijing, etc. Le CCCC s'est également doté, avec l'appui du MAECI, d'un site Web où figurent des renseignements commerciaux à jour sur la Chine et qui donne accès à d'autres sites offrant de l'information sur ce pays.

Le mandat du CCCC consiste :

- à encourager et à appuyer le commerce des biens et services, l'investissement et le transfert de technologies;
- à favoriser la croissance économique et le resserrement des relations entre le Canada et la Chine;
- à fournir aux entreprises une assistance pratique et adaptée à leurs besoins;
- à agir à titre de porte-parole du milieu des affaires canadien auprès des gouvernements et du grand public en ce qui concerne les relations entre le Canada et la Chine.

Site Web : <http://www.ccbc.com>

Siège du Conseil – Toronto  
110 Yonge Street  
Suite 802  
Toronto (Ontario)  
M5C 1T4  
Tél. : (416) 954-3800  
Télec. : (416) 954-3806  
CÉ : ccbc@istar.ca

Bureau dans l'Ouest canadien  
Suite 2600  
515 West Hastings Street  
SFU at Harbour Centre  
Vancouver (Colombie-Britannique)  
V6B 5K3  
Tél. : (604) 291-5190  
Télec. : (604) 291-5039

Bureau à Beijing  
CITIC Building  
Suite 18-2  
19 Jianguomenwai Street  
Beijing 100004  
Tél. : (86-10) 6512-6120 ou  
(86-10) 6500-2255, postes 1820, 1821, 1822  
CÉ : ccbc@chinaonline.com.cn.net

Bureau à Shanghai  
New Century Plaza  
Flat 1801A, Building C  
48 Xing Yi Road  
Shanghai 200335  
Tél. : (86-21) 6270-2948  
Télec. : (86-21) 6219-3118  
CÉ : cbcsh@chinaonline.com.cn.net

### **La Canadian Chamber of Commerce in Hong Kong (CCCHK)**

La CCCHK est une organisation de création de réseaux pour les personnes intéressées à avoir des relations d'affaires à Hong Kong, en Chine et en Asie. Cette chambre de commerce du Canada, la plus importante à l'extérieur de nos frontières, fête son 20<sup>e</sup> anniversaire en 1997. Elle compte quelque

900 membres et quatre employés à plein temps. La CCCHK organise souvent des activités à caractère commercial à Hong Kong, et elle publie le magazine bimensuel *Canada Hong Kong Business*.

Executive Director  
The Canadian Chamber of Commerce in Hong Kong  
Room 1602, Sin Hua Bank Building  
2-8 Wellington Street  
Central, Hong Kong  
Tél. : (852) 2845-1654  
Télec. : (852) 2526-3207  
Internet : <http://www.cancham.com.hk>

### **La Hong Kong-Canada Business Association (HKCBA)**

La Hong Kong-Canada Business Association, dont la création remonte à 1984, favorise le commerce et l'investissement entre le Canada et Hong Kong dans différents champs d'activités. L'objectif premier de l'Association consiste à mettre en rapport les parties intéressées afin de faciliter et de promouvoir les échanges commerciaux entre le Canada, la région de Hong Kong et la Chine. La HKCBA compte plus de 3 000 membres ainsi que 10 sections dans différentes régions du pays, ce qui en fait la plus importante association commerciale bilatérale au Canada.

La HKCBA entretient des relations étroites avec le Hong Kong Economic and Trade Office, le Hong Kong Trade Development Council, la Hong Kong Tourist Association, la Canadian Chamber of Commerce in Hong Kong, le consulat général du Canada à Hong Kong et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international au Canada.

Hong Kong-Canada Business Association  
9 Temperance Street, 2nd Floor  
Toronto (Ontario) M5H 1Y6  
Tél. : (416) 368-8277  
Télec. : (416) 368-4321



Faint, illegible text on the left side of the page, possibly bleed-through from the reverse side.

**Strategie commerciale  
internationale du Canada :  
plan d'action commercial  
pour la Chine et Hong Kong.**

Faint, illegible text on the right side of the page, possibly bleed-through from the reverse side.

