

DOCS
CA1
EA
C13
CHINA
FRE
2000 **Canada**
Copy 1



Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong 2000

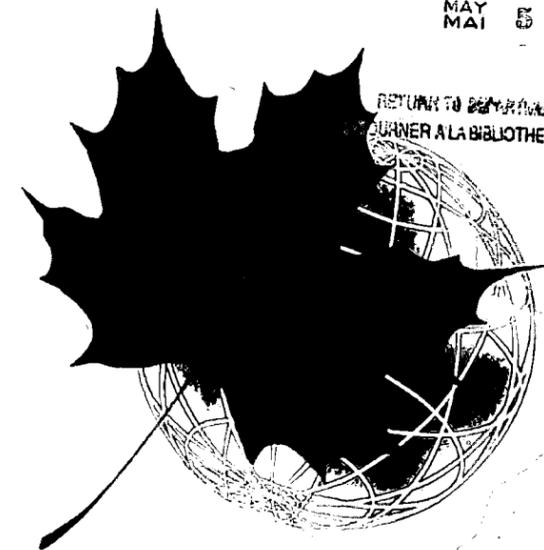


Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

MAY 5 2000

RETURN TO GOVERNMENT LIBRARY
REVENIR A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE



Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong 2000

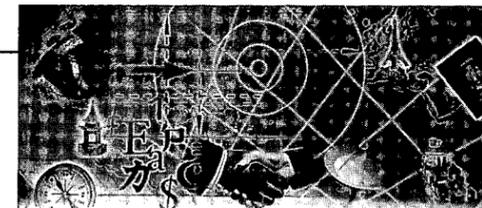


Table des matières

Résumé

1. Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong.....	1
Approche stratégique pour l'expansion du commerce avec la Chine et Hong Kong.....	1
Objectifs du Plan d'action.....	2
Ressources disponibles.....	3
Services essentiels	4
2. Contexte commercial.....	6
Chine continentale	6
Région administrative spéciale de Hong Kong.....	8
3. Description des marchés régionaux.....	10
Chine du Nord-Est.....	10
Chine du Nord-Ouest.....	11
La plaine centrale.....	12
Le Haut-Yangzi et la Chine du Sud-Ouest.....	13
Shanghai et le delta du Yangzi.....	14
Chine méridionale	14
La Région administrative spéciale de Hong Kong	15
4. Secteurs.....	17
Agriculture, produits alimentaires, pêcheries et secteurs connexes	17
Produits et services de construction	22
Services d'éducation et de formation	27
Énergie électrique.....	29
Environnement.....	32
Foresterie — Pâtes et papiers	34
Technologies de l'information et télécommunications.....	38
Ressources naturelles — Mines, minéraux, équipement et services connexes	44
Ressources naturelles — Pétrole et gaz	46
Transports.....	47
5. Pleins feux sur	51
Les industries culturelles	51
Les services financiers.....	52
Les industries de la santé.....	53
6. Points de contact.....	55
Assistance au Canada.....	55
Financement à l'exportation.....	57
Assistance à l'étranger.....	59
Associations commerciales.....	60
Annexe : Procédures de visa concernant les visiteurs chinois au Canada	62

Pour obtenir d'autres exemplaires de ce document ou de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec la :

Direction de la Chine et de la Mongolie (PCM)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-0905
Télécopieur : (613) 943-1068
Courriel : pcm@dfait-maeci.gc.ca

Ce plan d'action commercial est aussi disponible en direct aux adresses suivantes :

<http://www.dfait-maeci.gc.ca/china> et <http://www.canada.org.hk>

D'autres renseignements sur les exportations sont affichés à l'adresse suivante :

<http://www.infoexport.gc.ca>

Also available in English under the title:
"China and Hong Kong Trade Action Plan 2000"

Photos de la page couverture :

J. Zuckerman / First Light
Wojtek Buss / First Light

Sous toutes réserves : Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a préparé ce document avec le plus grand soin. Bien que l'information ait été recueillie auprès de sources généralement fiables, le MAECI ne garantit pas l'exactitude des renseignements contenus, ni l'absence d'erreurs ou d'omissions, et n'assume donc aucune responsabilité pour le contenu de ce document.



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 et, avec ses 1,3 milliard d'habitants, la Chine est en passe de devenir le plus grand marché de consommation au monde. La Chine et Hong Kong, maintenant unis en vertu du principe « un pays, deux régimes », s'imposent comme le moteur économique de la région de l'Asie-Pacifique, ce qui accroît d'autant plus leur importance politique. Il n'est donc pas surprenant que de plus en plus de sociétés canadiennes, dont des petites et moyennes entreprises, se tournent vers la Chine et Hong Kong en tant que marchés éventuels.

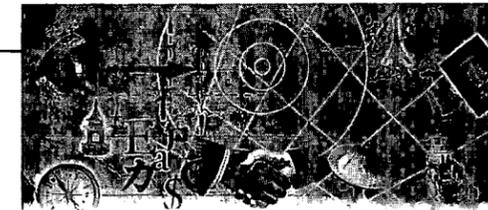
La Chine et Hong Kong présentent d'importants débouchés commerciaux éventuels aux entreprises canadiennes, qui s'accompagnent cependant d'obstacles tout aussi considérables. Le contexte commercial hautement complexe ainsi que la culture et la façon de faire des affaires en Chine peuvent intimider les nouvelles entreprises prêtes à exporter — et même les entreprises prêtes à exporter qui sont très expérimentées. 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.

L'augmentation rapide du nombre d'entreprises canadiennes qui exportent actuellement des biens et des services vers la Chine et Hong Kong, ou qui envisagent de le faire, a considérablement affaibli la capacité du gouvernement d'appuyer les exportateurs. Cette dernière édition du *Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong* a été élaborée, en consultation avec le secteur privé, pour utiliser de façon plus stratégique les ressources limitées en concentrant les entreprises canadiennes dans des secteurs où elles ont le plus de chances de réussir en affaires.

Pour les entreprises canadiennes 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 neuf secteurs les plus prometteurs pour les exportateurs canadiens, soit l'agriculture, les produits alimentaires, les pêcheries et les secteurs connexes; les produits et les services de construction; les services d'éducation et de formation; l'énergie électrique; l'environnement; la foresterie ainsi que les pâtes et papiers; les technologies de l'information et les télécommunications; les ressources naturelles; les transports.

Chaque description de secteur expose des informations commerciales, des débouchés à exploiter et des contraintes à surmonter. Le Plan décrit 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. De plus, il met en vedette trois nouveaux secteurs qui présentent des débouchés extérieurs à forte croissance, notamment les industries culturelles, les services financiers et les industries de la santé. Les exportateurs désireux d'exploiter des créneaux dans d'autres secteurs continueront d'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 commercial pour la Chine et Hong Kong* continuera d'être révisé et réédité tous les deux ans, après consultation de tous les intéressés. Il reflète la volonté du gouvernement fédéral d'aider les milieux d'affaires au Canada à développer leurs échanges internationaux et de leur fournir une information économique de pointe sur ce marché dynamique en évolution constante.



I. 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 plus que quadruplé. Le taux de croissance annuelle, qui a atteint une moyenne remarquable de 9 %, devrait en principe demeurer tout aussi impressionnant au début du prochain siècle. Même durant la crise financière en Asie, pendant que certains de ses voisins connaissaient une décroissance, la Chine affichait une croissance de 8,8 % et de 7,8 %, en 1997 et en 1998 respectivement. Déjà classée au septième rang des principales économies du monde quant à son produit intérieur brut (PIB), et avec plus de 1,3 milliard d'habitants, la Chine possède le plus grand marché de consommation au monde. La Chine et Hong Kong, unis maintenant en vertu du principe « un pays, deux régimes », s'imposent comme le moteur économique de la région de l'Asie-Pacifique, ce qui accroît d'autant plus leur 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 libre accès 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 se caractérise par de nombreux liens et rapports qui reposent sur les éléments suivants : le partenariat économique; la paix et la sécurité; le développement durable; les droits de la personne, la saine gestion publique et la primauté du droit. Cette politique est mise en oeuvre 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 10,1 milliards de dollars en 1998. Ensemble, la Chine et Hong Kong représentent aujourd'hui le troisième partenaire du Canada, après les États-Unis et le Japon, le commerce bilatéral atteignant 12,8 milliards de dollars en 1998.

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 encore l'élaboration de stratégies de promotion du commerce.

Approche stratégique pour l'expansion du commerce avec la Chine et Hong Kong

Cette troisième édition du *Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong* est la plus récente des démarches entreprises dans le cadre de l'approche Équipe Canada visant l'établissement d'un partenariat économique avec la Chine et Hong Kong. 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 les

* Tous les chiffres sont en dollars canadiens, à moins d'indication contraire.

neuf 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.

Constatant 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.



Équipe Canada inc. • Team Canada Inc

Pour en savoir plus sur Équipe Canada inc et ses services, composez le 1 888 811-1119 ou consultez le site Web suivant : <http://www.exportsource.gc.ca>

D'abord appliquée en Chine, l'approche Équipe Canada l'a été depuis à 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 par le biais de la Stratégie canadienne pour le commerce international (SCCI) et du réseau des équipes sectorielles nationales où sont mises en commun les opinions des secteurs public et privé concernant les stratégies de promotion du commerce.



Conseil commercial Canada-Chine

Le CCCC est un organisme privé sans but lucratif qui facilite et encourage le commerce et l'investissement entre le Canada et la République populaire de Chine. Consultez son site Web à <http://www.ccbc.com>

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'aide 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 au Canada par d'autres participants membres d'Équipe Canada dont le perfectionnement des compétences, les informations commerciales, le counselling et les avis commerciaux, l'aide à l'entrée sur le marché et le financement à l'exportation figurent dans la section Points de contact du présent document.

Objectifs du Plan d'action

Le présent Plan d'action commercial doit aider les entreprises canadiennes à soutenir la concurrence et à profiter pleinement des débouchés d'exportation et d'investissement en Chine et à Hong Kong. Il comprend des initiatives conçues d'abord pour aider les petites et moyennes entreprises (PME) prêtes à exporter qui n'ont encore jamais fait d'affaires sur ces marchés en préparant et en facilitant leur percée, puis pour les aider à planifier et à exécuter une stratégie commerciale durable. En outre, le Plan tient compte de la nécessité de protéger les réussites des entreprises canadiennes déjà implantées sur ces marchés, et de miser sur elles devant la concurrence accrue et le contexte commercial en évolution. Le Plan d'action commercial vise les grands objectifs suivants :

- ◆ rehausser l'image du Canada en tant que partenaire de choix sur les plans du commerce et de l'investissement, et accroître les appuis en faveur d'une coopération économique et commerciale plus étroite avec la Chine et Hong Kong, c'est-à-dire :
 - 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;
 - surveiller les progrès économiques en Chine et à Hong Kong 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, à l'aide de tous les modes de communication.

- ◆ améliorer l'accès au marché et à l'investissement en Chine pour les biens et services canadiens :
 - intensifier le dialogue sur la politique commerciale et négocier des accords de protection des investissements étrangers avec la Chine et Hong Kong;
 - maintenir une collaboration étroite et partager des renseignements avec les principales organisations commerciales canadiennes, comme le Conseil commercial Canada-Chine, ainsi qu'avec tous les paliers d'administration publique, et veiller à ce que les initiatives tiennent compte des intérêts du secteur privé.
- ◆ accroître les ventes de biens et services canadiens sur les marchés de la Chine et de Hong Kong :
 - encourager de façon soutenue l'exportation de produits à valeur ajoutée et de produits manufacturés, en particulier dans les secteurs prometteurs où l'excellence de la technologie canadienne est reconnue dans le monde entier;
 - confirmer et renforcer le rôle établi du Canada en tant que fournisseur fiable de produits agricoles et de ressources à la Chine;
 - 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;
 - mettre en place et fournir des services personnalisés pour répondre aux besoins des PME canadiennes, favorisant ainsi la pénétration accrue des marchés de la Chine et de Hong Kong par les entreprises plus petites et spécialisées qui sont prêtes à percer ces marchés;
 - optimiser les avantages économiques des activités et initiatives liées, entre autres, à la banque multilatérale de développement, aux projets d'aide au développement bilatéraux du Canada ou aux jumelages de gouvernements provinciaux et municipaux.
- ◆ accroître les investissements étrangers directs au Canada en provenance de la Chine continentale et de Hong Kong :

- faire valoir le Canada auprès des gens d'affaires chinois comme un endroit attrayant où investir.

Outre ces objectifs généraux, des objectifs propres à chaque secteur sont énoncés dans chacune des stratégies sectorielles exposées dans le Plan d'action commercial au chapitre 4. Celles-ci sont conçues pour optimiser les ressources du Canada dans plusieurs secteurs prioritaires de l'économie de la Chine et de Hong Kong.



Le Plan d'action et d'autres informations commerciales sur la Chine et Hong Kong sont également affichés en direct sur le site Web de la Direction de la Chine et de la Mongolie du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/china>

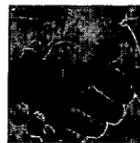
Ressources disponibles

Service des délégués commerciaux en Chine et à Hong Kong

Les délégués commerciaux du MAECI voient à coordonner les activités de promotion du commerce et d'expansion des affaires internationales de divers ministères et du milieu des affaires. Outre qu'ils jouent un rôle de premier plan dans l'élaboration et la mise en oeuvre de la politique commerciale, les délégués commerciaux à Ottawa et ceux des missions canadiennes en Chine et à Hong Kong 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.

Les délégués commerciaux du Canada ainsi que les agents commerciaux et les adjoints recrutés sur place en République populaire de Chine (RPC) encouragent activement les exportations canadiennes de biens et de services, les débouchés commerciaux internationaux et l'investissement au Canada. Travaillant à partir de l'ambassade du Canada à Beijing, des consulats généraux du Canada à Shanghai, Guangzhou et Hong Kong, du consulat du Canada à Chongqing et de la Direction de la Chine et de la Mongolie à Ottawa, l'équipe fait la promotion d'activités à valeur ajoutée et fait profiter les fabricants et les fournisseurs de services canadiens de ses initiatives visant à encourager le commerce avec la Chine.

Le rôle des délégués commerciaux consiste à aider les entreprises canadiennes nouvelles et expérimentées qui ont étudié et choisi leurs marchés-cibles. Leur mandat complète celui de leurs collègues des Centres de commerce international 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 à exporter avant le départ de leurs représentants pour l'étranger.



Pour rejoindre les délégués commerciaux canadiens dans les cinq missions canadiennes en Chine, consultez le site Web La fenêtre du Canada sur la Chine à <http://www.canada.org.hk>

Services essentiels

Aperçu du potentiel de marché

Les délégués commerciaux peuvent vous aider à évaluer votre potentiel sur un marché-cible et vous fourniront :

- ◆ des conseils sur la façon de faire des affaires sur le marché;
- ◆ des renseignements sur les principaux obstacles, la réglementation et les accréditations nécessaires;
- ◆ des renseignements sur les activités à venir (foires commerciales, conférences, séminaires, missions commerciales);
- ◆ des suggestions sur les étapes ultérieures.

Des études de marché sont disponibles pour certains secteurs. Si vous désirez obtenir des renseignements supplémentaires sur le marché, nous pouvons vous diriger vers des entreprises locales.

Recherche de contacts clés

Ils peuvent vous fournir une liste de personnes-ressources clés pour votre marché-cible. Ces contacts ont les connaissances dont vous avez besoin pour raffiner et mettre en oeuvre votre stratégie d'entrée sur le marché. Selon l'objet de votre demande, cette liste peut comprendre :

- ◆ acheteurs, partenaires, agents, représentants de fabricants potentiels;

- ◆ distributeurs, importateurs;
- ◆ experts-conseils, comptables;
- ◆ agents gouvernementaux;
- ◆ associations, chambres de commerce;
- ◆ transitaires;
- ◆ avocats et agents de brevets;
- ◆ sources de technologie;
- ◆ institutions financières.

Vous serez mis au courant des frais qui s'appliquent, s'il y a lieu, pour l'accès à des bases de données spécialisées.

Renseignements pour les visites

Ils sont en mesure de vous conseiller pour déterminer le moment approprié d'effectuer un voyage dans votre marché-cible et comment l'organiser. Les renseignements comprennent les listes suivantes :

- ◆ hôtels locaux;
- ◆ services d'affaires;
- ◆ interprètes et traducteurs;
- ◆ transport local.

Veuillez consulter votre agent de voyage pour toute réservation ayant trait à l'hébergement et au transport.

Rencontres personnelles

Un des agents en Chine vous rencontrera pour discuter des plus récents développements sur votre marché-cible et de vos besoins futurs.

Veuillez prévenir la mission canadienne de votre visite au moins deux semaines avant votre arrivée.

Information sur les entreprises locales

Les agents sont en mesure de vous fournir de l'information sur les principales organisations ou entreprises locales que vous aurez identifiées.

On vous informera toujours des frais qui s'appliquent, s'il y a lieu, pour l'accès à des bases de données spécialisées. Pour les rapports de crédit, vous serez habituellement dirigés vers des agences spécialisées mais la disponibilité de renseignements exacts est généralement assez limitée en Chine.

Dépannage/défense des intérêts

Les agents peuvent vous conseiller ou vous aider à régler certaines questions urgentes de nature commerciale ou ayant trait à l'accès au marché.

Les agents ne peuvent pas prendre part aux différends commerciaux ni agir à titre de courtiers en douane, d'agents de vente, d'agents de recouvrement ou d'avocats.

Services complémentaires

Pour vous aider à réaliser vos objectifs commerciaux, les missions canadiennes peuvent vous fournir des services complémentaires selon le principe de partage des frais. Il se peut également qu'on vous dirige vers un tiers compétent sur le marché, qui pourra vous aider, généralement, contre rémunération.

Ces services peuvent comprendre les activités suivantes :

- ◆ organiser des rencontres avec des contacts clés locaux;
- ◆ coordonner le soutien logistique et la réception;
- ◆ coordonner les services d'aide aux entreprises, dont la traduction, l'interprétation, les conseils juridiques, la comptabilité et les évaluations ou études de marché détaillées;
- ◆ coordonner la participation aux missions et aux activités, notamment les foires commerciales et les séminaires techniques;
- ◆ obtenir les documents d'appels d'offres, offrir de l'aide pour les soumissions et assister à l'ouverture des soumissions;
- ◆ offrir un soutien aux clients locaux, par exemple la localisation de sources d'approvisionnement en biens et services canadiens par l'intermédiaire de la base de données WIN Exports du MAECI.

Ces services de soutien seront fournis dans le cadre d'un accord signé. Le client doit acquitter au préalable tous les frais directs engagés.

Ce que doivent fournir les clients canadiens

Vous devez satisfaire à certains critères de base pour utiliser le Service des délégués commerciaux en Chine et à Hong Kong. Votre entreprise ou votre représentant doit :

- ◆ communiquer par écrit avec l'ambassade ou les consulats du Canada et fournir des renseignements complets sur votre entreprise, les biens et services qu'elle fournit, son expérience sur le marché, ses clients et partenaires éventuels ainsi que ses activités et ses plans actuels sur le marché;
- ◆ être prêt à obtenir des cartes d'affaires et des résumés de mise en marché en mandarin ainsi que des services de traduction et d'interprétation sur place;
- ◆ s'inscrire auprès de WIN Exports, une base de données informatisée sur les exportateurs canadiens et leurs ressources, en téléphonant au 1 800 551-4946.

On vous recommande fortement :

- ◆ d'effectuer une étude de marché de base et de faire des préparatifs de visite en utilisant sans frais les sources publiques de renseignements sur les marchés, y compris les sites Internet;
- ◆ de démontrer votre détermination à exploiter les marchés en vous rendant en Chine, s'il y a lieu, et en effectuant des visites complémentaires, au besoin.

Nous offrons des services uniquement pour répondre aux demandes de renseignements ou appuyer des projets qui procurent des avantages économiques à valeur ajoutée mesurables au Canada.

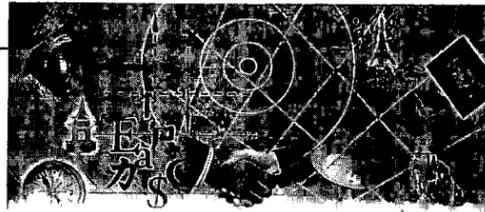
Normes de service

Vous pouvez compter sur les normes de service suivantes de l'ambassade, des consulats généraux et du consulat du Canada :

- ◆ Le personnel répondra aux communications écrites dans les cinq jours qui suivent la réception.
- ◆ La confidentialité des informations commerciales de nature délicate concernant l'entreprise sera strictement respectée.

La section Points de contact du présent document fournit des détails sur la façon de joindre la Direction de la Chine et de la Mongolie du MAECI à Ottawa ou les missions du Canada en Chine et à Hong Kong.





2. Contexte Commercial

Chine continentale

La Chine continue d'évoluer sensiblement, étant donné que le passage à l'économie de marché comporte maintenant des changements fondamentaux, qui sont parfois pénibles, en ce qui concerne la structure et le niveau de dotation en personnel du gouvernement, la quantité de ressources dont dispose ce dernier ainsi que le milieu juridique et celui de la réglementation commerciale.

Depuis son entrée en fonction au début 1998, le premier ministre Zhu Rongji a accéléré et intensifié le rythme des réformes du secteur public, dans le cadre d'un processus conçu pour enchâsser les principes commerciaux et soutenir la croissance économique. Les ministères du gouvernement central ont vu leur effectif réduit et ont été réorganisés pour concentrer leurs efforts sur la réglementation et l'administration. On applique également des calendriers d'exécution rigoureux pour dédoubler, commercialiser ou fermer des entreprises dans un secteur public autrefois lourdement subventionné, et pour séparer les activités gouvernementales des activités commerciales. Enfin, les législateurs poursuivent un programme de réformes fiscales et réglementaires pour créer un contexte commercial plus stable et transparent.

Les grands objectifs macroéconomiques énoncés dans le Neuvième Plan quinquennal, et que l'on espère maintenir au cours de l'élaboration du Dixième Plan quinquennal (2001-2005), consistent à accroître la production alimentaire et à renforcer le secteur agricole; à mettre en valeur l'infrastructure pour améliorer la rentabilité et l'efficacité de la base économique actuelle; à voir au développement des sciences et des technologies nécessaires au développement économique; 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, industries de l'information et télécommunications), de la protection de l'environnement et de la construction.

Prise de décisions à l'échelle locale — marchés régionaux

Si le gouvernement central à Beijing continue de jouer un rôle prépondérant dans la direction de l'économie nationale et dans l'établissement des priorités, il reste que les administrations locales exercent maintenant une influence et un pouvoir décisionnel considérables sur l'exécution de projets d'envergure. Grâce à une gamme d'initiatives en matière de développement économique, les administrations provinciales, de comté et municipales se concurrencent sur les plans national et international pour attirer des investisseurs, créer des emplois et accroître les ressources économiques.

La Chine se compose par ailleurs de marchés régionaux dont chacun a des traits géographiques et culturels très différents ainsi qu'une structure économique, un niveau de développement et des perspectives de croissance qui lui sont propres. En général, la Chine compte plusieurs marchés régionaux importants dont chacun a une population de plus de 100 millions d'habitants et un PIB excédant 30 milliards de dollars.

Ces marchés régionaux comprennent :

- ◆ la Chine du Nord-Est (où se trouvent les provinces de Heilongjiang, Jilin et Liaoning);
- ◆ la Chine du Nord-Ouest (Xizang, Xinjiang, Ningxia, Nei Mongol, Qinghai et Gansu);
- ◆ la Plaine centrale (Beijing, Shaanxi, Shanxi, Henan, Tianjin, Hebei et Shandong);
- ◆ le Haut-Yangzi et la Chine du Sud-Ouest (Yunnan, Sichuan, Guizhou, Hunan et Hubei);

- ◆ Shanghai et le delta du Yangzi (Shanghai, Jiangsu, Jiangxi, Zhejiang et Anhui);
- ◆ la Chine méridionale (Guangdong, Fujian, Guangxi et Hainan);
- ◆ la Région administrative spéciale de Hong Kong.

Accès aux marchés et contexte réglementaire

Depuis le début du processus d'ouverture et de réforme, il y a 20 ans, d'importants progrès ont été réalisés en vue de réduire les barrières tarifaires et non tarifaires à l'accès aux marchés. 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 lui accorde un appui solide à des conditions dont profitent les deux pays. Même avant l'adhésion de la Chine à l'OMC, les efforts visant l'adoption par la Chine d'un régime commercial « à base de règles » commencent déjà à révéler un contexte commercial et une conjoncture d'investissement relativement plus transparents. On prévoit que la progression vers un contexte commercial à base de règles se poursuivra.

Les questions liées à l'accès aux marchés demeurent toutefois un obstacle important pour les entreprises canadiennes qui commercent avec la Chine et qui y investissent. Bien que le processus d'adhésion à l'OMC contribue à cerner et à aborder un grand nombre de ces questions, la suppression des obstacles et la modification des pratiques commerciales connexes sur le marché prendront du temps.

En outre, la politique de la Chine en matière d'imposition, de tarification et d'investissement évolue. Sur plusieurs plans, la Chine a pris des mesures pratiques en vue de créer un contexte commercial plus transparent et prévisible. Il s'agit d'un progrès qu'encourage fortement le Canada. Néanmoins, il faudra du temps avant que ces mesures se traduisent par une protection fiable pour les entreprises étrangères. Par exemple, bien que la Chine ait réalisé des progrès considérables au cours des dernières années pour mettre en oeuvre des mesures juridiques de protection de la propriété intellectuelle, la mise en application des mesures demeure problématique et varie sensiblement, tant d'une ville à l'autre que d'une province à l'autre.

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 à l'exportation du MAECI.



Contrôles à l'exportation

Les contrôles à l'exportation permettent au Canada de respecter ses obligations internationales concernant le mouvement des biens stratégiques. Pour savoir si ces contrôles s'appliquent à votre produit, communiquez avec la Direction des contrôles à l'exportation du MAECI au (613) 996-2387 ou consultez son site Web à <http://www.dfait-maeci.gc.ca/~eicb/>

Climat commercial et conjoncture de l'investissement

Beaucoup d'entreprises canadiennes ont poursuivi la transition en vue d'implanter un bureau local de représentation et 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. Pour réussir, il est essentiel de bien choisir l'emplacement et de s'assurer de la « diligence raisonnable » des partenaires, de prêter attention à la dotation en personnel et d'obtenir l'appui politique au projet. Avant tout, les entreprises canadiennes doivent mettre en oeuvre un plan d'action commercial stratégique à long terme en Chine afin de veiller à ce que les objectifs commerciaux soient réalistes et qu'ils tiennent compte de l'économie changeante de ce pays.

Les projets d'investissement doivent être approuvés à de multiples niveaux dont le nombre est fonction de l'envergure du projet, du secteur d'activité 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, obtiennent des conseils juridiques spécialisés 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. Chaque investissement fait l'objet de négociations longues et approfondies et doit habituellement donner lieu à d'importants transferts de technologie.



Commerce par province (en millions de dollars américains, 1998)

	Exportations		Importations	
	Valeur	% du total	Valeur	% du total
Guangdong	76 302	41,5	55 178	39,4
dont Shenzhen	25 748	14,0	18 773	13,4
Shanghai	15 641	8,5	15 530	11,1
Jiangsu	15 930	8,7	12 148	8,7
Shandong	11 210	6,1	7 904	5,6
Zhejiang	11 606	6,3	5 144	3,7
Fujian	10 718	5,8	7 401	5,3
Liaoning	7 625	4,1	6 137	4,4
Beijing	6 494	3,5	9 283	6,6
Tianjin	5 465	3,0	5 612	4,0
Toutes les autres provinces	22 764	12,4	15 828	11,3

Source : Administration générale des douanes et EIU

Le gouvernement central chinois a décidé de limiter voire d'interdire l'investissement dans certains secteurs à haut risque ou portés à l'inflation et de promouvoir le financement des projets essentiels d'infrastructure et de perfectionnement des technologies. Les projets devant être réalisés dans les provinces moins développées du Centre et de l'Ouest sont avantagés, bien que les stratégies employées doivent tenir compte d'obstacles plus importants, notamment une main-d'oeuvre moins compétente, une qualité de vie moins bonne et une infrastructure moins bien développée.

Région administrative spéciale de Hong Kong — marché dynamique, tremplin vers le continent

Hong Kong compte parmi les principaux partenaires commerciaux du Canada. En cette période de bouleversement économique régional, la base fondamentale de l'économie de Hong Kong demeure solide et le contexte commercial, bien réglementé, rentable et transparent. Les infrastructures efficaces de transport et de communication, les secteurs financier et bancaire prospères et le régime de libre-échange de Hong Kong complètent l'économie du continent. 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.

Deux ans après la rétrocession, en juillet 1997, les institutions gouvernementales sont toujours aussi solides, efficaces et impartiales. Hong Kong conservera pendant 50 ans, soit jusqu'en 2047, son propre régime perfectionné de marché libre et les institutions commerciales ainsi que la common law britannique en vertu du principe « un pays, deux régimes ». Qui plus est, le dollar de Hong Kong demeure bien aligné sur la devise américaine. La défense efficace de l'« alignement », à la fin de 1998, a joué un rôle très important dans le maintien de la confiance des entreprises et du public dans l'avenir. De plus, Hong Kong demeurera un port franc et un territoire douanier distinct, sous l'égide de l'OMC. Au cinquième rang mondial des grands centres financiers, elle continuera d'émettre sa propre devise entièrement convertible. L'anglais demeure la langue d'affaires et d'enseignement supérieur, de même que la langue officielle du gouvernement.

L'économie de Hong Kong repose sur l'échange de biens et de services. Hong Kong est la place bancaire et financière, le centre des transports et le centre régional des ventes de l'Asie de l'Est, de même que la principale source d'investissement étranger de la Chine. Au moins une partie du financement de presque toutes les grandes entreprises commerciales en Chine en provient. Hong Kong est aussi un important investisseur au Canada et peut donc représenter un créneau viable et crédible pour les entreprises canadiennes qui s'implantent sur le continent.

Hong Kong a toutefois connu une année difficile, en 1998. Le chômage a culminé à 6 %, un taux sans précédent, et les ventes au détail ont chuté de 20 % par rapport au chiffre record enregistré en 1997. Par ailleurs, le PIB a fléchi de 5 %. Cependant, 1998 a été une assez bonne année pour les exportations canadiennes. En dépit des contractions de l'économie, les exportations du Canada ont atteint un chiffre record dans le secteur agroalimentaire (499 millions de dollars) ainsi que dans le secteur des produits des technologies de l'information (TI) et des communications (241 millions de dollars).

Tandis que nous amorçons la deuxième moitié de 1999, la confiance des entreprises à Hong Kong s'est améliorée sensiblement, ce qui est reflété dans la hausse des marchés immobilier et boursier, l'essor de l'industrie touristique et la prospérité du secteur des importations et des réexportations lorsque Hong Kong agit comme « entrepôt » de la Chine.

Dans son budget de 1999-2000, le gouvernement de Hong Kong a prêté une reprise de la croissance. Les milieux d'affaires de Hong Kong, y compris la direction de la très puissante Hong Kong General Chamber of Commerce, ont appuyé publiquement cette prévision optimiste.

Afin de revigorer l'économie, le gouvernement a annoncé dans son budget de février 1999 plusieurs initiatives qui pourraient profiter aux entreprises canadiennes, notamment un remboursement fiscal général pour les consommateurs, la déréglementation

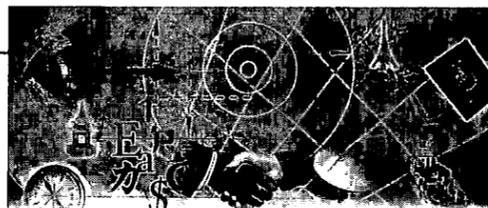


« Cyberport » de Hong Kong

Pour plus de renseignements sur le « Cyberport », consultez le <http://www.info.gov.hk/itbb> ou communiquez avec l'un des délégués commerciaux canadiens basés à Hong Kong.

plus poussée du secteur des télécommunications ainsi que l'expansion simultanée et la privatisation plus approfondie du secteur public.

Un autre projet pourrait intéresser fortement les entreprises canadiennes. Il s'agit de l'annonce, dans le budget, de l'initiative « Cyberport », d'une valeur de 1,7 milliard de dollars américains, conçue pour stimuler la création d'une industrie locale des TI et maintenir l'importance de Hong Kong en tant que grand centre international des communications et du commerce. Le Cyberport, situé dans le milieu de télécommunications le plus libéral en Asie, servira d'infrastructure aux entreprises spécialisées dans le commerce électronique et l'élaboration de contenu multimédia pour le commerce et l'industrie. L'initiative a été appuyée publiquement par Bill Gates, PDG de Microsoft. Hewlett-Packard, Intel, IBM et Yahoo comptent également parmi les « locataires-clés » formellement engagés.



3. Profil des marchés régionaux

Les bureaux commerciaux du Canada en Chine sont situés dans de endroits stratégiques afin de refléter l'importance croissante de nos relations avec ce pays et de reconnaître la diversité des caractéristiques régionales et du dynamisme économique dans les diverses régions de la Chine. Bien que les profils régionaux présentés ci-après décrivent brièvement certaines de ces particularités, le contexte commercial peut varier considérablement au sein de chaque région. Les entreprises canadiennes sont invitées à s'adresser au bureau commercial de la région qui les intéresse pour obtenir des informations et des conseils.

L'Ambassade du Canada à Beijing facilite les relations bilatérales entre le Canada et le gouvernement de la République populaire de Chine et entretient des rapports étroits avec les ministères du gouvernement central et les administrations afin de soutenir les relations commerciales et les intérêts économiques. En outre, l'Ambassade surveille l'évolution et encourage le commerce bilatéral et le développement dans son territoire commercial, qui comprend les municipalités de Beijing et Tianjin, ainsi que les provinces ou régions de Gansu, Guizhou, Hebei, Heilongjiang, Henan, Hubei, Hunan, Jiangxi, Jilin, Liaoning, Nei Mongol (Mongolie intérieure), Ningxia, Qinghai, Shaanxi, Shandong, Shanxi, Xinjiang, Xizang (Tibet) et Yunnan.

Le Consulat général du Canada à Hong Kong entretient des rapports étroits dans l'ensemble du vaste cadre de relations importantes du Canada, notamment en matière de commerce, d'investissement et de développement économique, au sein du territoire des Régions sous administration spéciale de Hong Kong et Macau, dont il s'occupe.

Le Consulat général du Canada à Shanghai gère les relations économiques et commerciales du Canada avec la municipalité de Shanghai et les provinces d'Anhui, de Jiangsu et de Zhejiang.

Le Consulat général du Canada à Guangzhou gère les relations économiques et commerciales du Canada avec les provinces de Guangdong, Fujian, Guangxi et Hainan.

Le Consulat du Canada à Chongqing gère les relations économiques et commerciales du Canada avec la municipalité de Chongqing et la province de Sichuan.

Chine du Nord-Est



Les trois provinces de la Chine du Nord-Est, celles de Liaoning, Jilin et Heilongjiang, occupent 800 000 km² et comptent 105 millions d'habitants (9 % de la population chinoise). Le PIB par habitant se chiffre à 1 000 \$.

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

3000 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 30 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 apporté les fonds et la technologie nécessaires pour industrialiser à nouveau la région. En 1979, lorsque la Chine a commencé à ouvrir son économie, le Nord-Est détenait une forte proportion de la capacité de fabrication de biens d'équipement et de produits chimiques au pays. Toutefois, depuis cette époque, le Nord-Est est devenu une des régions désindustrialisées de la Chine, puisqu'elle compte une proportion d'immobilisations désuètes et d'entreprises d'État non rentables. Pour résoudre ces problèmes graves, les gouvernements locaux s'efforcent de façon dynamique et créative d'attirer l'infusion de technologies et de capitaux étrangers et d'améliorer les compétences de gestion.

Les ressources naturelles sont toutefois abondantes et la région, dotée d'un vigoureux secteur agricole, 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 % de toute la production chinoise).

L'infrastructure des transports est bonne car les réseaux routier et ferroviaire relient tous les grands centres ainsi que Hebei et Beijing. Près de 70 % des exportations de la région passent par le port de mer de Dalian. En outre, l'expansion des aéroports dans plusieurs villes contribue à renforcer les réseaux commerciaux nationaux et internationaux.

Les principaux avantages du Canada se situent dans les secteurs de l'investissement ou la fourniture de matériaux, les services et technologies pour la mise en valeur des ressources naturelles (pétrole, mines et forêts), l'infrastructure (aéroports, 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 une grande échelle bien connu au Canada.

Ces dernières années, les gouvernements canadien et chinois ont redoublé d'efforts pour approfondir et

étendre davantage les partenariats dans le Nord-Est. Le Canada occupe une position particulièrement favorable dans l'Heilongjiang (jumelé à la province de l'Alberta) et le Liaoning (qui a conclu une entente de coopération économique avec la province de Québec). Ces deux provinces se sont vraiment efforcées d'étendre leurs relations et leur commerce avec le Canada.

Chine du Nord-Ouest



La Chine du Nord-Ouest comprend quatre régions autonomes (Xizang, Xinjiang, Ningxia et Nei Mongol) 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 % 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 par habitant est en moyenne de 3 500 RMB, soit environ 700 \$, ce qui est l'un des plus bas en Chine. Le climat est généralement rude et va du climat des hauts plateaux (Xizang) au climat désertique (Xinjiang) en passant par la steppe (Nei Mongol). Il y a relativement peu de bonnes terres agricoles.

Le gouvernement central joue un rôle déterminant dans la planification sociale et économique des territoires principalement islamiques de Xinjiang et Gansu. Au fil des ans, l'immigration considérable de Hans a diminué l'importance des minorités. Le Xizang et la Nei Mongol comptent un nombre important de minorités ethniques et de peuples nomades. La Chine déploie beaucoup d'efforts pour

assurer le développement économique de ces régions, ce qui explique le besoin d'une plus grande ouverture.

À cause de l'éloignement, de la géographie redoutable et de la faible population, la région possède l'infrastructure la moins développée au pays. Les liaisons aériennes et ferroviaires sont limitées, les capacités de télécommunications 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 % des coûts d'exportation.

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

La région, qui n'était pas auparavant destinée à l'industrialisation, ne doit pas supporter le lourd fardeau de la dette des sociétés d'État. Les politiques récentes du gouvernement central qui encouragent l'investissement étranger ainsi qu'un programme accéléré d'aménagement des infrastructures ont contribué quelque peu à stimuler l'économie. L'investissement étranger s'est considérablement accru depuis 1996; les secteurs de l'extraction des ressources et du développement industriel sont les principaux moteurs des tendances de croissance.

Ce marché difficile convient aux entreprises canadiennes qui ont beaucoup d'expérience à l'étranger. Il existe des débouchés pour le Canada dans les industries liées à la mise en valeur des ressources naturelles (pétrole et gaz et minéraux) et à l'aménagement d'infrastructures (télécommunications, ingénierie des transports, centrales électriques), où les compétences canadiennes dans un climat rigoureux et dans la réalisation de mégaprojets sont les plus avantageuses.

La 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 plus de 330 millions d'habitants (plus d'un quart de la



population de la Chine) dont 120 millions de citoyens. Cette région représente plus de 25 % du PIB national.

À l'est de cette région au centre de la Chine, s'étendent plus de 600 km de côte le long du golfe de Bahai et de la mer Jaune. Le climat varie de chaud-tempéré et semi-humide dans la région côtière et méridional 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^e siècle.

Beijing, la capitale nationale, ainsi que l'axe Beijing-Tianjin, sont le coeur 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 et diversifié, comprenant les industries de l'automobile, des technologies de l'information, de l'électronique, des produits pharmaceutiques, des produits chimiques et pétrochimiques et du textile. L'axe Beijing-Tianjin constitue un marché très important de biens de consommation et de services. 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.

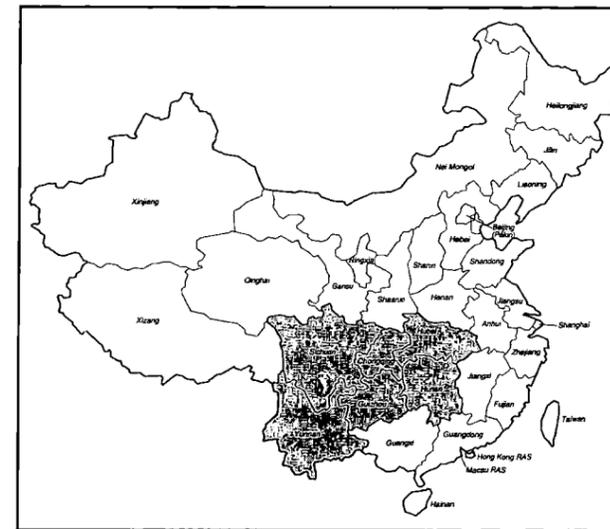
Le Shandong, Beijing et Tianjin se caractérisent par une forte concentration de zones économiques spéciales et de zones franches d'investissement, qui attirent une grande majorité de l'investissement étranger direct dans la région. Les nombreux investissements étrangers au Shandong proviennent

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 pétro-chimiques, les textiles et la manutention de cargaison. Les provinces de Henan, Hebei, Shandong, Shaanxi et Shanxi possèdent d'importants secteurs manufacturiers (automobile, aérospatiale et machines) et figurent pour une part considérable de la production agricole.

Parce que l'axe Beijing-Tianjin est le principal centre politique de la Chine et qu'il possède une infrastructure 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 secteurs industriels et des services particulièrement à Beijing, à Tianjin et dans le Shandong, les entreprises canadiennes devraient considérer cette région comme l'un des meilleurs endroits pour faire des affaires.

Le Haut-Yangzi et la Chine du Sud-Ouest



La Chine du Sud-Ouest comprend cinq provinces (Yunnan, Sichuan, Guizhou, Hunan et Hubei) et une municipalité qui vient d'acquies le statut de province, Chongqing. La région occupe 153 900 km² 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 et le Vietnam et compte la plus forte concentration de groupes ethniques minoritaires de la Chine.

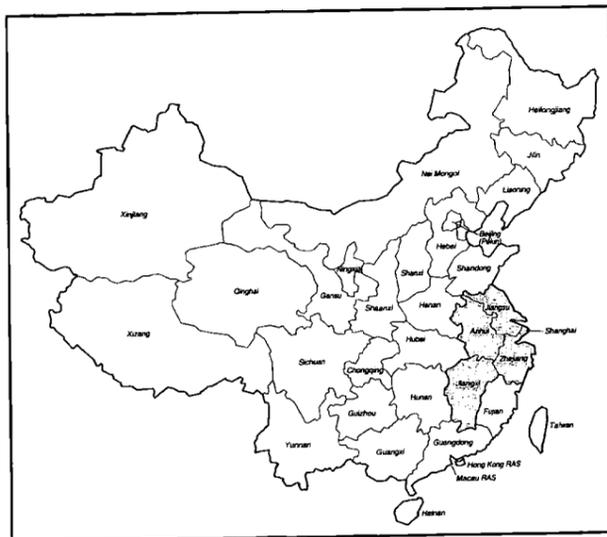
Bien que le développement de la Chine du Sud-Ouest ait toujours accusé un retard par rapport aux provinces côtières plus riches, les efforts déployés par le gouvernement chinois pour stimuler le développement économique de l'intérieur se sont soldés par un accroissement des dépenses pour améliorer l'infrastructure. On y trouve une forte concentration d'industries lourdes et d'industries légères 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 dans la région.

Les provinces du Sichuan et de Chongqing sont situées dans la Chine du Sud-Ouest, à environ 2 000 km de Shanghai, à l'intérieur des terres. Elles sont toutes deux riches en ressources, elles sont dotées d'une assise agricole solide et elles possèdent des gisements de minéraux et de gaz naturel. Ensemble, elles comptent 115 millions d'habitants. Bien qu'on y trouve un éventail d'industries lourdes et légères, les usines de construction d'automobiles, les usines sidérurgiques prédominent. Comme la région est éloignée de la côte, les opérations commerciales d'exportation y sont très limitées et la plupart des marchandises qui y sont produites sont destinées au marché intérieur chinois.

Comme cette région possède une infrastructure relativement peu développée et des taux de croissance plus bas qu'ailleurs, le gouvernement central a recours à plusieurs politiques préférentielles afin d'encourager les investisseurs étrangers. En outre, de nombreuses institutions financières internationales (IFI) financent maintenant dans la région des projets qui visent les secteurs des transports, de l'agriculture, de l'énergie et de la formation. Il existe des possibilités, surtout par le truchement de ces contrats financés par les IFI, pour les experts-conseils et les fournisseurs canadiens de produits et services liés au

développement de l'infrastructure des transports et des télécommunications; le secteur de l'énergie (y compris les centrales hydroélectriques 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). Cette région offre d'autres possibilités d'étendre le marché aux entreprises canadiennes qui connaissent déjà les régions côtières de la Chine, bien que la base de consommateurs demeure relativement restreinte.

Shanghai et le delta du Yangzi



Avec ses 200 millions d'habitants sur une superficie pas plus grande que la moitié de l'Alberta mais qui représente un quart de l'économie chinoise, la région du delta du Yangzi est l'un des marchés les plus concentrés au monde. Centrée sur la ville côtière cosmopolite de Shanghai, elle est le moteur économique de la Chine. Elle domine le pays en ce qui concerne la taille du marché, la production économique et le PIB régional par habitant.

Grâce à la libéralisation économique qui a eu lieu en Chine, la croissance économique dans le delta du Yangzi a été plus rapide que dans la plupart des économies des tigres asiatiques au cours des vingt dernières années. Le pouvoir d'achat à Shanghai dépasse déjà celui de nombreuses régions urbaines des économies plus prospères de l'Asie du Sud-Est.

Il existe déjà une activité commerciale importante dans le delta du Yangzi, où la production économique dépasse celle de l'Indonésie, de la Thaïlande, de la Malaisie ou des Philippines. Malgré la crise financière en Asie, la région continue de s'enrichir à des taux de

croissance à deux chiffres. Étant donné sa taille, sa prospérité et l'approche commerciale des secteurs public et privé, la région sert souvent de laboratoire et de banc d'essai pour la poursuite de la libéralisation et des réformes économiques en Chine. Tout comme Hong Kong et Taïwan jouent le rôle d'indicateur du développement commercial potentiel dans la région, des zones côtières telles que celles du delta du Yangzi permettent de prédire à peu près comment le commerce prendra de l'expansion dans le vaste territoire de la Chine continentale.

Il existe des possibilités dans toute la gamme d'activités commerciales; de fait, il y a déjà une activité commerciale importante dans le delta du Yangzi dans des domaines qui ne sont pas habituellement associés aux économies en développement. La province de Jiangsu est le principal investisseur de la Chine à l'étranger, les biens de consommation de luxe se vendent rapidement dans les magasins à rayons de luxe et le homard vivant canadien est vendu dans plusieurs villes du delta du Yangzi.

Tous ces facteurs font du delta du Yangzi un excellent tremplin pour les entreprises qui cherchent à percer le marché chinois.

Chine méridionale



Les provinces de la Chine méridionale (Guangdong, Fujian et Hainan) ainsi que la région autonome de Guangxi constituent l'une des régions économiques les plus dynamiques de la Chine. Avec une population de plus de 160 millions d'habitants, la Chine méridionale a reçu plus de 50 % des

investissements étrangers octroyés au pays au cours des 20 dernières années. La région est fière d'intervenir pour près de la moitié des importations nationales et d'avoir les niveaux de revenu les plus élevés du pays, ce qui en fait un marché attrayant pour beaucoup d'exportateurs et d'investisseurs canadiens.

Les cinq zones économiques spéciales (ZES) sont toutes situées en Chine méridionale. Elles ont été créées par le gouvernement central non seulement pour attirer l'investissement, mais aussi afin de mettre à l'essai des politiques expérimentales. À titre d'exemple, ces mesures comprennent la modification des régimes fiscaux, la délivrance de visas dès l'arrivée et l'assouplissement des exigences en matière d'investissement étranger dans des secteurs qui ont toujours été contrôlés. La zone de Shenzhen, qui est l'une des plus prospères, est limitrophe de Hong Kong. Alors que l'agglomération de Shenzhen n'était qu'un petit village de pêcheurs il y a moins de vingt ans, elle est devenue une ville cosmopolite moderne de plus de quatre millions d'habitants. La zone de Shantou éveille l'intérêt des investisseurs et des gens d'affaires de l'Asie du Sud-Est, tandis que celle de Xiamen profite d'un afflux d'investissements, notamment en provenance de Taïwan. Zhuhai, la « cité verte » fait face à Macau, et toute la province de l'île de Hainan jouit des privilèges accordés aux ZES.

Étant donné que beaucoup de Chinois qui ont immigré au Canada sont originaires de la Chine méridionale, de liens solides se sont forgés entre cette région et les communautés chinoises établies au Canada. Une grande partie des premiers investissements canadiens en Chine visait des projets appuyés par des Canadiens d'origine chinoise. Ces facteurs ont consolidé de façon appréciable les relations dans le domaine de l'éducation en Chine méridionale. Ils ont également eu une incidence sur les mouvements commerciaux dans cette région, les liens de famille aidant les exportateurs canadiens à nouer des relations commerciales solides et durables avec les entrepreneurs de la Chine méridionale.

La province de Guangdong possède l'un des réseaux de distribution les plus modernes du pays ainsi qu'un secteur de détail prospère. En plus des restaurants habituels à service rapide, on trouve à présent partout dans les régions urbaines des dépanneurs, notamment des magasins ouverts de 7 h à 23 h, ainsi que des magasins « OK » et « ouverts du matin au soir ». Les consommateurs locaux acceptent volontiers la présence de stations-services étrangères comme Esso, BP et Shell. La région de Guangdong constitue le marché de consommation le plus riche de la Chine.

La province jouit des niveaux les plus élevés de revenu et elle compte le plus grand nombre de téléphones cellulaires ainsi que de voitures appartenant à des particuliers. Elle détient en outre le volume le plus important de produits importés et d'investissements étrangers.

La Chine méridionale reçoit 47 % du total des importations nationales. Il existe des débouchés dans plusieurs secteurs, mais ce sont ceux du bâtiment et des matériaux de construction, de l'agroalimentaire, de l'environnement, de l'éducation et des technologies de l'information qui suscitent un intérêt particulier.

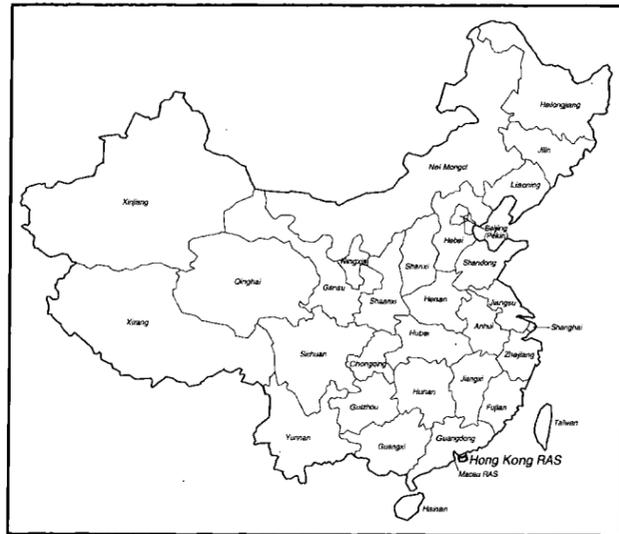
Au cours des quelques prochaines années, la Chine méridionale accélérera l'exécution de plusieurs grands projets d'infrastructure. Le nouvel aéroport international de Baiyun, à Guangzhou, sera le troisième en importance au pays. Les IX^e Jeux nationaux, qui auront lieu en 2000, exigeront des investissements considérables dans l'infrastructure consacrée aux loisirs et aux sports. Plusieurs villes de la région entreprennent maintenant la réalisation de projets très importants dans le domaine du transport urbain.

La région du delta de la rivière des Perles, centrée sur la capitale de la province, Guangzhou (appelée autrefois « Canton »), avec Macau et Hong Kong pour points d'ancrage, compte plus de dix villes très dynamiques qui abritent chacune une population égale ou supérieure à celle de Toronto. En 1998, le PIB par habitant atteignait 4 500 \$ à Guangzhou. Le revenu disponible à Guangzhou est semblable à celui de Shanghai, tandis que les revenus sont sensiblement plus élevés dans des villes comme Shenzhen et Zhuhai.

La Région administrative spéciale de Hong Kong

Avec ses 6,7 millions d'habitants, Hong Kong est la huitième puissance commerciale du monde et le cinquième centre financier en importance sur la scène internationale. En moyenne, Hong Kong se classe au dixième rang parmi les principaux partenaires commerciaux du Canada à l'échelle planétaire. Le PIB par habitant s'élève à 37 075 \$ dans la région. En plus de constituer un marché intéressant en soi, Hong Kong demeure le plus grand port de la Chine et l'entrepôt par lequel passent la plupart des importations et exportations chinoises à valeur ajoutée, en particulier les marchandises exportées par les PME.





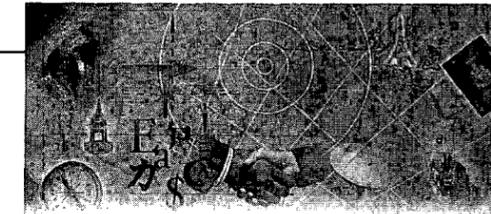
À Hong Kong, le milieu des affaires est marqué par une forte concurrence. Pour réussir, il est donc essentiel d'assurer une représentation directe sur place ou bien d'avoir recours à un agent ou à un distributeur compétent et qui jouit d'une bonne réputation. Pour établir des relations commerciales à Hong Kong, il faut aussi disposer de ressources considérables notamment consacrer beaucoup de temps et effectuer des visites fréquentes, ce qui fait grimper davantage les frais à assumer pour faire des affaires. En outre, on apprécie beaucoup l'approche

dynamique à l'égard de la fixation des prix et l'innovation en matière de produits.

Le Canada a toujours été un important exportateur de ressources à Hong Kong, notamment de métaux et minéraux, de pâtes et papier ainsi que de produits pétrochimiques. Aujourd'hui, la grande majorité des exportations canadiennes à Hong Kong se composent de produits manufacturés ainsi que de produits transformés et semi-transformés.

Les secteurs les plus prometteurs pour les entreprises canadiennes comprennent :

- ◆ les produits alimentaires de grande valeur, notamment les fruits et légumes, les fruits de mer et les fruits et les produits traités d'origine animale (notamment la viande et les produits laitiers);
- ◆ les biens et services dans le domaine des technologies de l'information et des télécommunications;
- ◆ les biens et services éducatifs, en particulier les didacticiels faisant appel à des technologies de l'information innovatrices;
- ◆ les matériaux de construction;
- ◆ le matériel et les services de transport en commun.



4. Secteurs

Agriculture, produits alimentaires, pêcheries et secteurs connexes

Chine continentale

Contexte commercial

Pour la Chine, alimenter sa population croissante représente un défi de taille. Elle compte 22 % de la population mondiale, mais seulement 7 % des terres arables. On y pratique principalement une agriculture intensive, mais de faible productivité, 70 % 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 % de la production totale de grains, laquelle devra atteindre 500 millions de tonnes d'ici l'an 2000. Grâce à des récoltes sans précédent de 1995 à 1998, cet objectif devient de plus en plus réaliste. 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 à 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.

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

- ◆ la disparité croissante entre le milieu rural et le milieu urbain, et le revenu de leur population respective;
- ◆ la nécessité d'assurer la stabilité sociale;
- ◆ la nécessité de créer des emplois en milieu rural tout en améliorant sensiblement la productivité.

Débouchés

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

En 1998, la graine de colza canola pour le pressage a remplacé le blé comme principal produit agricole que le Canada exporte vers la Chine. Des produits comme l'orge brassicole et la potasse représentent des exportations importantes. Certaines cultures spéciales commencent à faire leur apparition sur ce marché. Pour faire progresser l'utilisation finale de ces produits et en maximiser la valeur, il faut améliorer leur commercialisation et leur conditionnement.

Les exportateurs de denrées doivent relever un défi de taille et inciter la Chine à modifier son objectif d'autosuffisance alimentaire et à diversifier certaines de 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 manutention 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



Une croissance à pas de géant
Les exportations de colza canola et de produits connexes vers la Chine et Hong Kong ont dépassé 690 millions de dollars en 1998, soit une augmentation de 164 millions par rapport à 1997, remplaçant le blé comme première exportation du Canada vers cette région.

canadiennes peuvent offrir en grande quantité les produits de bonne qualité dont la Chine a besoin. Les entreprises canadiennes sont également bien placées pour répondre au besoin de diversifier les sources de protéines végétales et d'augmenter l'apport en protéines animales, besoin résultant 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 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. La région du delta de Yangzi devient de plus en plus accessible par Shanghai.

Le poisson et les crustacés canadiens sont prisés sur le marché chinois, surtout dans le sud du pays. Les exportations canadiennes de poisson et de fruits de mer (particulièrement de produits vivants ou congelés) vers la Chine 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.

Contraintes

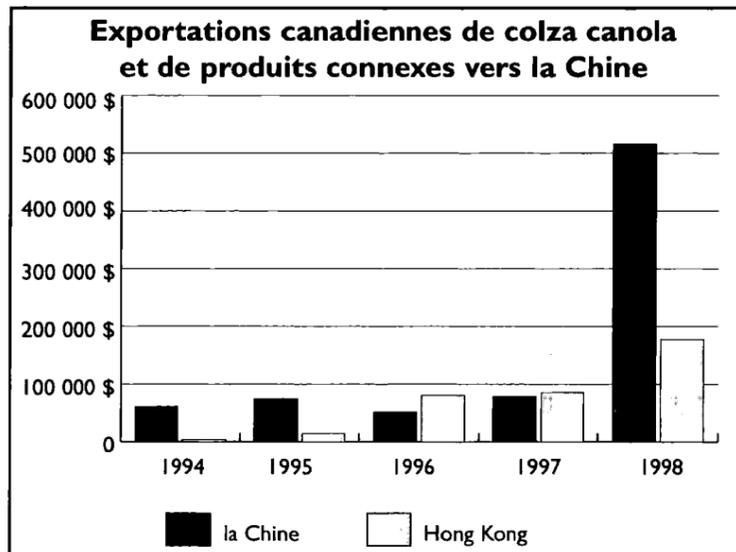
Faire des affaires dans le secteur agricole chinois est difficile pour toutes les entreprises canadiennes, mais réalisable pour certaines. Les difficultés institutionnelles s'expliquent par un certain nombre de facteurs, dont le manque de transparence dans les affaires, le développement insuffisant des mécanismes de crédit et de paiement, qui rend nécessaire des crédits-fournisseurs considérables, et le manque de cohérence et de transparence en ce qui concerne les droits de douane, les conditions sanitaires et phytosanitaires (SPS), les dispositions réglementaires connexes d'ordre technique (étiquetage,

conditionnement, réglementation ayant trait à la qualité, etc.) et d'autres règles régissant l'entrée des produits. Le vol de la propriété intellectuelle revêt une importance cruciale pour les aliments et boissons de marque. 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 de douane élevés, qui décourage l'importation en favorisant la fabrication locale. Certains produits canadiens peuvent être désavantagés par rapport aux produits concurrents en provenance d'autres pays (le soja contre le colza canola, les pois fourragers ou l'orge contre le maïs fourrager, etc.). En outre, il faut tenir compte de l'éternel problème de l'augmentation des droits de douane en fonction de la différence entre produits non traités et produits transformés. L'annonce de l'établissement de contingents tarifaires (CT) 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, car la Chine n'a jamais révélé quels sont les volumes visés par les CT ni comment ils seront appliqués.

Les lacunes de l'infrastructure matérielle nuisent gravement aux exportations au-delà des régions côtières de 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.

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 suffisamment prêt à y exporter, assurer un suivi constant, soigner les relations et être très patient.

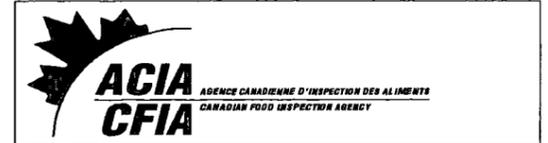
Le Canada doit soutenir la vive concurrence de fournisseurs de pays tiers comme les États-Unis, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et l'Union européenne. Les Américains et les Australiens sont bien établis dans certaines régions grâce aux investissements effectués depuis de nombreuses années par des entreprises 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.

Depuis le milieu de 1998, la Chine a pris des mesures visant à mettre un terme au commerce « parallèle ». Pendant de nombreuses années, d'autres pays ont soustrait une bonne partie de leur commerce de produits agroalimentaires et de fruits de mer vers la Chine aux droits de douane et aux restrictions en matière d'octroi de licences en empruntant des voies commerciales parallèles via Hong Kong.

Afin de parer aux changements imprévus dans les circuits de distribution, les fournisseurs canadiens doivent surveiller de près le mouvement de leurs produits quelle que soit la manière dont ils parviennent à l'utilisateur final. Plus précisément, il est probable qu'un produit qui pénètre maintenant dans la région du delta du Yangzi ou dans la zone industrielle du Nord-Est de la Chine, via Hong Kong ou par l'entremise de négociants de Hong Kong, passe par des circuits de distribution très différents, à mesure que des acheteurs régionaux deviennent aptes à traiter directement avec des fournisseurs étrangers.

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 d'aide bilatérale 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. Le consulat général à Guangzhou s'occupe du marché des régions côtières de la Chine méridionale. Il accorde une attention particulière aux aliments, boissons, viandes



On peut consulter le site Web de l'Agence canadienne d'inspection des aliments à <http://www.cfia-acia.agr.ca/>

Consultez les services commerciaux en direct d'Agriculture et Agroalimentaire Canada à <http://atn-riae.agr.ca/>

et fruits de mer traités. Agriculture et Agroalimentaire Canada ainsi que l'Agence canadienne d'inspection des aliments jouent également un rôle clé et s'intéressent vivement aux questions qui touchent le commerce, l'accès aux marchés et l'expansion des marchés. Ces bureaux accompliront ensemble les tâches suivantes en 1999-2000 :

- ◆ négocier de meilleures conditions SPS en vue de faciliter l'accès au marché, notamment grâce à la levée de l'interdiction qui frappe les pommes de terres de semence et à l'amélioration du protocole d'importation du porc ainsi que des modalités d'enregistrement et d'inspection des établissements canadiens exportateurs de viande qui sont intéressés à percer le marché;
- ◆ concentrer les efforts sur l'adhésion de la Chine à l'OMC, éliminer les irritants bilatéraux et obtenir une baisse des droits de douane pour les produits prioritaires;
- ◆ fournir une assistance technique pour l'élaboration de régimes commerciaux et de politiques conformes aux règles de l'OMC;
- ◆ accroître les exportations à valeur ajoutée dans les marchés régionaux ciblés, tout en maximisant les possibilités de vente des produits agricoles primaires et semi-transformés;
- ◆ sensibiliser davantage le public et consolider la bonne réputation dont le Canada jouit déjà en tant que fournisseur fiable de produits agroalimentaires;
- ◆ aider les associations commerciales 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;

- ◆ communiquer, en temps opportun, des renseignements sur le marché aux entreprises capables d'agir en conséquence;
- ◆ sauvegarder et étendre les marchés canadiens en Chine pour les produits déjà présents et créer des débouchés pour les produits, technologies et services canadiens nouveaux sur ces marchés;
- ◆ encourager les entreprises canadiennes à participer à certaines foires commerciales, notamment China Fisheries and Seafood Expo, Food and Hotel South China, Food China et Agrifood-Tech.

Hong Kong

Contexte commercial

Hong Kong importe la quasi-totalité de ses denrées. En 1998, la valeur des importations totales d'aliments a atteint 12,92 milliards de dollars. La production agricole locale (265 millions de dollars) représentait moins de 2 % des besoins alimentaires. En sa qualité d'entrepôt commercial, Hong Kong a réexporté la même année des produits agricoles et agroalimentaires d'une valeur de 5,78 milliards de dollars, dont 4,25 milliards représentaient des réexportations vers la Chine.

Malgré la tourmente économique en Asie, 1998 a été une année record pour les exportations canadiennes de produits agricoles vers Hong Kong. Les exportations de produits agroalimentaires en provenance du Canada vers Hong Kong se sont accrues régulièrement au cours des 15 dernières années. En 1998, la valeur des exportations canadiennes, y compris certains produits non comestibles tels que le cuir et les fourrures, s'est chiffrée à 437,68 millions de dollars; les réexportations vers la Chine représentaient une bonne partie de ce total. Par ailleurs, il sera difficile de soutenir ce rythme de croissance à l'avenir. Hong Kong devrait jouer un rôle moins important en tant qu'entrepôt commercial pour les produits agroalimentaires destinés à la Chine du fait que les acheteurs continentaux deviennent plus sélectifs et que la Chine pourrait adhérer rapidement à l'OMC. Pour l'instant, Hong Kong reste un marché dynamique et attrayant, et demeurera une vitrine et un centre commercial de grande valeur pour la Chine et l'Asie du Sud-Est. Hong Kong, qui jouxte la Chine, reste le meilleur modèle pour les produits alimentaires transformés en Chine et en Asie de Sud-Est.

Hong Kong, qui est dotée d'une population d'expatriés éminents et d'une société ouverte à la culture et aux goûts occidentaux, adapte volontiers les nouveaux produits. On estime à plus de 150 000 le nombre de Canadiens vivant à Hong Kong. En outre, de nombreux résidents à revenus moyens et élevés ont étudié ou vécu au Canada. Ensemble, ils constituent une masse critique de consommateurs qui comprennent et connaissent très bien les produits canadiens.

Voici les faits nouveaux sur le marché du commerce de détail qui peuvent ouvrir des débouchés commerciaux importants aux exportateurs canadiens de produits alimentaires :

- ◆ l'apparition de chaînes d'épicerie vendant au rabais des produits alimentaires transformés sans nom de marque, par exemple Prize Mart, Yu Kee et Yan Wo;
- ◆ l'inauguration, en juillet 1999, d'un réseau de distribution direct par Next Media Management Ltd., l'éditeur de *Apple Daily* et *Next Magazine*;
- ◆ les initiatives prises par les principales chaînes de supermarchés pour étendre la gamme des produits qu'elles offrent en intégrant les rayons des fruits, légumes et produits carnés frais dans le concept du « marché humide » et pour introduire plus de produits vendus sous leur propre marque ou celle du distributeur;
- ◆ l'établissement par des grossistes de leurs propres points de vente au détail, par exemple les chaînes de casse-croûte Okashi Land établies par Four Seas Mercantile Holdings Ltd.

Cette restructuration du milieu de la vente au détail de produits alimentaires pourrait réduire sensiblement les coûts de l'entrée sur le marché pour de nouveaux acteurs canadiens.

Débouchés

Il existe à Hong Kong des débouchés pour les produits de grande valeur, notamment des produits alimentaires de bonne qualité, vendus à des prix concurrentiels, semi-transformés, transformés et conditionnés pour la vente au détail.

La demande de bas morceaux et d'abats bon marché, notamment de poulet, continue d'augmenter. Grâce à l'accroissement de sa production de poulet, le Canada devrait consolider son avantage concurrentiel sur le marché. Le Canada devrait s'emparer d'une plus

grande part du marché de la viande à Hong Kong à l'aide d'activités promotionnelles bien organisées et s'il prouve qu'il peut s'adapter aux besoins locaux. Étant donné que les consommateurs éprouvent une inquiétude de plus en plus vive face aux normes d'hygiène qui s'appliquent au porc élevé et transformé dans la région, il existe également des débouchés dans le marché de la viande de porc réfrigéré qui se vend à un prix plus élevé.

Il existe une demande pour les produits laitiers, dont le prix est élevé. Les acheteurs de Hong Kong cherchent maintenant des fournisseurs concurrentiels de beurre en emballage-portion, de lait condensé et de fromage industriel afin de remplacer les produits européens qui sont chers.

L'inquiétude au sujet de l'utilisation des pesticides et des normes d'hygiène a créé chez les consommateurs une demande de fruits et de légumes frais, de produits santé et nutraceutiques, comme les produits végétariens et les boissons de soja. La détérioration de la qualité de l'eau à Hong Kong a également accru la demande d'eau potable embouteillée vendue au détail dans de grands contenants (par exemple de 4 litres), mais le remplacement des marques locales par de l'eau de source importée exigera un investissement considérable dans la commercialisation.

La demande de fruits de mer demeure très forte à Hong Kong. Toutefois, pour survivre à la crise financière, les consommateurs choisissent maintenant des produits moins onéreux. La psychose alimentaire qu'engendre la contamination des grands poissons de mer crée un débouché possible sur le marché des restaurants haut de gamme pour le poisson vivant en provenance des fermes d'aquaculture canadiennes.

Contraintes

De par sa nature de marché libre, Hong Kong est l'une des économies les plus concurrentielles d'Asie. Des produits en provenance du monde entier entrent en franchise à Hong Kong et on peut se les procurer facilement. Souvent, un très grand choix de denrées alimentaires est offert aux consommateurs. Il faut donc soutenir les produits par des activités promotionnelles énergiques, constantes et cohérentes afin qu'ils puissent obtenir une part du marché. Les États-Unis, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et l'Union européenne sont très dynamiques et bien implantés dans les secteurs des produits carnés et laitiers ainsi que des fruits et légumes frais et de l'épicerie. Les fournisseurs canadiens doivent être prêts à démontrer qu'ils offrent des produits de

meilleure qualité et à meilleur prix que ces concurrents.

Les magasins de Hong Kong sont petits, l'espace d'étalage est restreint et il est onéreux de faire inventarier les stocks de produits. En plus des frais considérables liés à la logistique (notamment l'entreposage, la livraison et les services de vente), les distributeurs de Hong Kong exigent habituellement de plus grandes marges de profit. Les exportateurs canadiens doivent être disposés à accepter ces coûts d'entrée élevés s'ils désirent établir leurs produits à Hong Kong.

Plan d'action

Pour Hong Kong, les objectifs stratégiques consistent à accroître de 5 % par an les exportations canadiennes de produits à forte valeur ajoutée, transformés et semi-transformés, à l'aide des moyens suivants :

- ◆ fournir les dernières nouvelles et informations commerciales sur le marché aux exportateurs canadiens de produits agroalimentaires;
- ◆ promouvoir l'image du Canada comme source sûre, salubre et fiable de produits agroalimentaires;
- ◆ appuyer les efforts de commercialisation des exportateurs canadiens d'aliments et des fournisseurs locaux de produits alimentaires canadiens grâce à un programme de promotion dynamique destiné à faire mieux connaître ces produits aux commerçants et aux consommateurs.

Le consulat général à Hong Kong réalisera les projets suivants pendant la période 1999-2001 :

- ◆ publier et diffuser directement tous les deux mois à l'intention des exportateurs canadiens de produits agroalimentaires un survol du marché agroalimentaire qui donne les dernières nouvelles du marché de Hong Kong;
- ◆ effectuer des études de marché sur des produits agroalimentaires pour lesquels le Canada jouit d'un avantage concurrentiel, notamment les produits de boulangerie, les produits alimentaires conditionnés pour la vente au détail, les fruits et légumes, les aliments de santé, les produits laitiers et la nourriture pour animaux domestiques. Quand ils seront terminés, ces rapports seront affichés sur le site Web du consulat;

- ◆ aider les associations commerciales canadiennes (par exemple, les associations de producteurs de ginseng, de volaille et de fruits de mer) à promouvoir leurs produits à Hong Kong;
- ◆ publier et diffuser un survol bimestriel sur les produits alimentaires canadiens et les tendances du marché à l'intention des importateurs de denrées agroalimentaires de Hong Kong et Macau;
- ◆ poursuivre les travaux en vue d'obtenir le certificat sanitaire pour les exportations canadiennes de viande de phoque vers Hong Kong.

Dans le cadre de son programme de sensibilisation et de promotion, le consulat général à Hong Kong réalisera en outre les objectifs suivants :

- ◆ organiser des campagnes de promotion des aliments vendus au détail aux charcuteries Oliver's, aux marchés d'alimentation DCH et aux rayons d'alimentation Seibu;
- ◆ installer un pavillon national du Canada à HOFEX 2001, la 9^e Exposition asiatique internationale d'équipement, de fournitures, de services, d'aliments et de boissons pour hôtels, restaurants, détaillants et traiteurs, qui se tiendra en mai 2001.

Produits et services de construction

Chine continentale

Contexte commercial

Les indicateurs actuels donnent à penser que la 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 plus élevé. Ces dernières années, 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 % 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 a fait une priorité de la construction d'habitations et de l'amélioration des logements existants. Les efforts en vue d'offrir de meilleurs logements à la population chinoise au cours des 30 prochaines années constitueront l'un des plus grands exploits que l'on ait jamais tenté de réaliser dans le secteur de la construction.

Certains changements témoignent de l'apparition d'un important nouveau marché de l'habitation; le Programme national d'habitation joue un rôle important à cet égard. 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. Le gouvernement, qui comptait initialement mettre complètement en oeuvre le Programme national d'habitation dès le 1^{er} juillet 1998, s'est rendu compte que la société et le marché avaient besoin d'un certain temps afin de rassembler les ressources nécessaires pour satisfaire entièrement aux exigences des consommateurs et leur permettre de pouvoir payer. La mise en oeuvre de ce programme se fera par étapes, lesquelles s'échelonneront sur les trois à cinq prochaines années. Il y a de bonnes raisons de croire que ce programme sera une réussite, car les Chinois sont motivés par l'idée de posséder leur propre maison.

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 résidents des villes, afin 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 bâtiments et 120 millions de mètres carrés de production et de travaux publics. En outre,



L'une des principales réformes annoncées par le premier ministre Zhu Rongji en mars 1998 a été la réforme du système des logements subventionnés. Ces réformes devraient être mises en œuvre d'ici 2003. Les principaux changements comprennent l'adoption d'un système d'assurance-hypothèque, la réintroduction des droits de propriété individuelle et la possibilité d'hypothèques financées par les banques.

30 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 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 douane 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;
- ◆ depuis le début des années 1990, les projets haut de gamme destinés aux expatriés vivant en Chine et 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.

En raison de l'essor du marché de la rénovation, le secteur des matériaux de décoration intérieure offre aussi d'importants débouchés. 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. 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 bon marché et le financement des hypothèques inciteront les propriétaires à dépenser davantage pour la décoration.

On s'inquiète de plus en plus de la hausse de la consommation d'énergie, 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 nouveaux débouchés pour les entreprises canadiennes qui offrent des produits conçus pour une plus grande efficacité énergétique et qui possèdent l'expertise correspondante.

Les Chinois continueront de réaliser des projets dans les secteurs suivants : espaces à bureaux pour usage commercial, magasins de détail et grands ensembles hétérogènes (essentiellement de petites villes intégrées), composés de logements résidentiels, de centres de villégiature de luxe et d'usines. Il existe des débouchés réels permettant à des entreprises canadiennes de fournir des solutions efficaces pour des travaux clés en main, surtout si ces sociétés :

- ◆ utilisent des technologies de conception d'avant-garde;
- ◆ emploient des matériaux de construction modernes qui sont plus efficaces et permettent d'économiser de l'argent;
- ◆ peuvent s'intégrer à d'autres fournisseurs locaux et s'adapter à des matériaux de construction différents.

Les entreprises canadiennes auraient intérêt à chercher des partenaires qui offrent des avantages complémentaires et à être en mesure de fournir au besoin une solution intégrée.

Le marché chinois peut offrir un potentiel important pour l'utilisation du bois de construction de meilleure qualité. Il pourrait y avoir des débouchés pour des coentreprises qui produisent des composants de toiture en bois, notamment des fermes, des poutres-I, des poutres en lamellé-collé et des charpentes rigides. Des possibilités semblables peuvent exister en ce qui a trait aux immeubles commerciaux destinés à des usages agricoles et industriels pour des produits comme les coffrages en béton, la menuiserie intérieure, les fenêtres et les portes (y compris pour les immeubles non résidentiels). Afin de se concentrer sur ces débouchés, il sera essentiel de recueillir des informations pertinentes sur le marché ainsi que des renseignements qui portent spécifiquement sur les créneaux pour les produits mentionnés plus haut.

Il est à noter que des sommes considérables ont été investies dans la fabrication de certains produits de construction. Le système de distribution inefficace de la Chine, par opposition à la demande de consommation, a créé un excédent temporaire des stocks de ces produits. Par ailleurs, les améliorations qui découleront de l'achèvement du Programme national de voirie d'ici 2003 se traduiront par d'importants mouvements d'investissement ainsi que par une forte demande de consommation dans les provinces moins développées de la Chine, ce qui se soldera par une deuxième explosion dans le secteur de la fabrication des matériaux de construction dans toute la Chine.



Le ministère de la Construction a estimé que la Chine investirait plus de 36 milliards de dollars dans le logement en 1998 seulement.

Source : Agence Reuters

Le gouvernement central de la Chine commence à se rendre compte que l'expansion massive des travaux de construction a également entraîné certaines mauvaises pratiques et une attitude irresponsable dans le secteur ainsi que l'inondation des marchés de matériaux de construction par des produits peu coûteux et de qualité médiocre. Par conséquent, de nombreux ouvrages deviennent rapidement inutilisables — ce qui exige des réparations massives en raison des vices de construction et des erreurs de planification et de conception. Les plus hautes sphères du gouvernement ont publié de nombreuses circulaires de nature réglementaire pour renforcer la surveillance exercée sur les techniques de construction en Chine. On procède maintenant à l'élaboration de règlements afin de mettre en oeuvre un système d'essai et d'homologation des produits de construction pour rassurer les consommateurs au sujet de la durabilité et de la performance des produits. Dans certaines grandes villes modèles de Chine, les entreprises de construction assument à présent la responsabilité des ouvrages qu'elles construisent pendant une période qui peut durer 30 ans, et elles ont l'obligation légale d'effectuer les réparations pour tout défaut attribuable à de mauvaises techniques de construction ou à la qualité médiocre des matériaux durant la période couverte par la garantie. Dans le cadre de ces politiques expérimentales, chaque entreprise de construction qui décroche un contrat en assume la responsabilité ultime — et ne peut pas sous-traiter à l'infini pour atténuer sa responsabilité.

Le gouvernement central prendra des mesures énergiques pour que ces changements s'appliquent également à d'autres régions de la Chine.

Cette évolution constante se traduira par une amélioration de la qualité des travaux de construction en Chine et par une demande correspondante en provenance des entreprises désireuses d'acheter des matériaux importés de bonne qualité, ne fût-ce que pour satisfaire aux nouvelles normes rigoureuses du gouvernement en matière de construction. Les nouvelles politiques stratégiques du gouvernement central à cet égard visent à éliminer progressivement les produits bas de gamme de mauvaise qualité ainsi que les entreprises de construction qui font preuve d'irresponsabilité, de corruption et d'incompétence. La Chine désire que le secteur de la construction se compose de moins d'entreprises, mais qu'elles fassent du meilleur travail. Il existe donc un débouché stratégique très important pour les sociétés canadiennes engagées à concentrer sérieusement leurs efforts sur leurs projets d'exportation en Chine.

Dans le secteur des services, il y a des débouchés pour les entreprises canadiennes dans les domaines 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'architecture ont conçu des projets très connus en Chine, dont le nouvel immeuble de la Bourse de Shanghai, à 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 produire des revenus plus élevés. Les villes et communautés « satellites » voisines de ces trois grands centres 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 centres métropolitains. 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.

De nombreux débouchés s'ouvrent aussi aux firmes canadiennes d'architectes qui se spécialisent dans les services de conception pour la construction de

charpentes en bois pour bâtiments peu élevés. Les projets de construction destinés à des usages mixtes (détail, commercial, résidentiel et non résidentiel) dans des zones urbaines et suburbaines assez fortement développées offrent le plus de possibilités pour la conception de projets de construction de charpentes en bois.

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 est complexe et hermétique; souvent, il n'y a pas de données ou celles qui existent ne sont pas fiables. Pour avoir accès aux projets importants et utiles, il faut établir des réseaux commerciaux et sociaux solides, ce qui prend du temps et exige le recours à des personnes compétentes en la matière.
- ◆ Les droits de douane sur les produits de construction demeurent élevés et le pays favorise la formation de coentreprises qui fabriquent sur place, en Chine.
- ◆ Le manque 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. Néanmoins, 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 les projets de démonstration de la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL), pour présenter les produits et services canadiens en Chine;
- ◆ proposer des projets menant à l'exportation de produits et 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 et la SCHL;
- ◆ donner des conseils à divers organismes chinois publics et privés, et travailler en collaboration avec eux pour intégrer aux cahiers des charges des normes de qualité relatives aux produits de construction, pour élaborer de meilleurs codes de construction qui pourraient viser plus de produits canadiens, et afin de tirer parti des politiques efficaces de mise en oeuvre et de gestion des projets;
- ◆ aider les entreprises canadiennes à trouver en Chine des représentants, des agents et d'autres partenaires commerciaux ainsi qu'à former des coentreprises.

Hong Kong

Contexte commercial

L'économie de Hong Kong est très dépendante du secteur de la construction et de l'immobilier. En 1998, la valeur de la construction d'immeubles résidentiels a atteint 9,4 milliards de dollars et celle d'immeubles commerciaux s'est chiffrée à 3,6 milliards de dollars. Pendant les deux premiers trimestres de 1998, les prix des propriétés ont chuté dans une proportion de 50 à 60 %, ce qui a forcé les promoteurs à réduire les coûts des travaux en utilisant des matériaux moins onéreux pour les finitions. Étant donné qu'il existe une demande réelle de logements, la construction résidentielle continuera de dominer le marché. Pour répondre à cette demande, le gouvernement de Hong Kong a accordé la priorité à la construction de logements, reportant à plus tard la réalisation de projets de construction d'immeubles commerciaux et d'hôtels.

La tendance en faveur de l'utilisation de matériaux de construction importés se poursuivra. Malgré sa complexité, le réseau de distribution des matériaux de construction est bien établi à Hong Kong. Les projets réalisés et les matériaux utilisés à Hong Kong servent de modèle à suivre pour la Chine continentale.

Débouchés

La population de Hong Kong, qui compte actuellement 6,7 millions d'habitants, devrait s'accroître pour atteindre le chiffre de 8,2 millions d'ici 2016. Plus de 45 milliards de dollars seront dépensés pour la réalisation d'importants projets de construction, de voies ferrées, de routes, d'installations terrestres et portuaires et de logements. Les dépenses au chapitre de la construction de logements publics devraient atteindre 9,4 milliards de dollars au cours de l'exercice 1998-1999. Bien que le gouvernement n'applique plus la stratégie annoncée en 1997 qui prévoyait la construction de 85 000 appartements par an, il vise encore à fournir chaque année, par le truchement de promoteurs privés, 50 000 logements publics et 35 000 logements privés.

Voici d'autres projets spéciaux entrepris par le gouvernement de Hong Kong :

- ◆ un projet d'infrastructures intégrées et de centre multimédia de haute technologie d'une valeur de 2,5 milliards de dollars. Baptisé « Cyberport », ce centre regroupera près d'une trentaine de grandes et moyennes entreprises ainsi qu'une centaine de petites entreprises se spécialisant dans la prestation de services et l'élaboration de produits multimédias destinés aux entreprises et industries de différents secteurs, allant des services financiers au commerce, en passant par la publicité, le divertissement et les communications;
- ◆ le gouvernement de Hong Kong a signé une lettre d'intention avec la Walt Disney Company pour construire un parc d'attractions à thème Disney;
- ◆ un parc des sciences de 22 hectares pour faciliter le développement de nouvelles technologies et industries à Hong Kong.

Au cours des prochaines années, on mettra l'accent sur les matériaux, systèmes, concepts et conceptions qui améliorent la gestion énergétique et servent de complément au concept d'« immeuble intelligent ». Les sous-secteurs suivants offrent de nouveaux débouchés aux entreprises canadiennes :

- ◆ recouvrement muraux extérieurs et intérieurs et systèmes de glaçage;
- ◆ systèmes d'éclairage;
- ◆ systèmes de climatisation et de régulation de la température intérieure;

- ◆ systèmes de sécurité et de protection contre l'incendie;
- ◆ systèmes de faux plafonds et faux planchers;
- ◆ autres systèmes de domotique.

Contraintes

- ◆ L'industrie de la construction se caractérise par la pratique courante de la sous-traitance à plusieurs niveaux. Pour réussir, il est essentiel de faire appel à un agent ou à un distributeur de confiance qui peut exercer des pressions sur les promoteurs, les architectes et les entrepreneurs avant, pendant et après le processus d'adjudication.
- ◆ Le marché de Hong Kong, malgré sa petite taille, comporte ses propres goûts et exigences. Par exemple, les assemblages d'armoires de cuisine qui plaisent aux Canadiens n'entreront pas dans les cuisines exigües de Hong Kong. Il faudra peut-être faire preuve de souplesse pour personnaliser les produits selon des dimensions spécifiques.
- ◆ Le marché de Hong Kong est sensible aux prix. On reconnaît que les produits de construction canadiens sont de qualité supérieure mais relativement plus onéreux. Les entreprises étrangères utilisent de plus en plus des établissements manufacturiers situés de l'autre côté de la frontière, en Chine méridionale.
- ◆ Étant donné la brièveté du temps d'exécution, les changements fréquents apportés au cahier des charges au beau milieu de la réalisation des projets et l'éloignement, il sera peut-être difficile aux entreprises canadiennes de respecter les échéances.

Plan d'action

Les objectifs du Plan d'action consistent à promouvoir le potentiel de l'industrie canadienne de la construction et à renseigner davantage les entreprises canadiennes sur les débouchés qu'offre Hong Kong. Le consulat général à Hong Kong fournira aux exportateurs canadiens des informations sur au moins cinq grands projets de construction et leur présentera au moins dix acheteurs locaux sérieux. Il présentera aussi au moins cinq nouveaux exportateurs ou produits canadiens sur le marché de Hong Kong.

Pour atteindre ces objectifs, le consulat général à Hong Kong prendra les mesures suivantes :

- ◆ dresser une liste des principaux projets parmi le grand nombre de ceux qui sont en préparation afin de déterminer une approche plus ciblée;
- ◆ effectuer des recherches sur les besoins d'immeubles intelligents sur place et définir le potentiel du Canada dans ce segment du marché;
- ◆ promouvoir des applications du bois résineux en mettant l'accent sur la construction et la fabrication de meubles;
- ◆ découvrir et présenter sur le marché local des fournisseurs canadiens de produits sans danger pour l'environnement et qui proviennent de ressources durables;
- ◆ organiser la participation de groupes à la foire Asian Elinex/Luminex/Securitex/Airvex/IBS, qui se tiendra à Hong Kong, en juin 2000, et se spécialise dans les domaines suivants : électricité, éclairage, sécurité, chauffage, ventilation et climatisation, et domotique;
- ◆ diffuser un bulletin trimestriel sur les futurs projets et débouchés.

Services d'éducation et de formation

Hong Kong

Contexte commercial

Le chef de l'exécutif de Hong Kong, Tung Chee Hwa, a promis de faire de Hong Kong « un leader dans le monde de l'information de demain ». L'éducation est la clé du succès. Selon le budget de 1999-2000, 10,6 milliards de dollars seront consacrés à l'éducation, soit 19 % du total des dépenses publiques. Les fonds seront dépensés dans neuf domaines essentiels, notamment la promotion de la gestion axée sur l'école et des technologies de l'information.

On se servira des TI comme outil rentable pour transformer un processus reposant en grande partie sur des manuels et centré sur l'enseignant en une approche plus interactive, axée sur l'apprenant. Le

gouvernement de Hong Kong a réservé une somme initiale de 615 millions de dollars pour la mise en oeuvre des TI dans les écoles; par la suite, des dépenses courantes de 106 millions de dollars seront affectées chaque année à cette fin. En outre, le Bureau de l'éducation et de la main-d'oeuvre (EMB) a établi, en 1998, un fonds de 962 millions de dollars visant la qualité de l'enseignement afin d'offrir un mode de financement efficace des projets scolaires de promotion de la qualité et de l'innovation.

Débouchés

La nouvelle stratégie d'enseignement assisté par les TI que Hong Kong a adoptée ouvre des débouchés pour le Canada, surtout dans le domaine de la conception et de la livraison de matériel destiné à l'apprentissage et à la formation. Il existe des possibilités dans les secteurs suivants :

- ◆ la distribution de matériel d'apprentissage et de formation aux écoles, aux établissements d'enseignement et aux particuliers;
- ◆ l'établissement de coentreprises entre des sociétés du Canada et de Hong Kong oeuvrant dans le secteur de l'éducation afin de développer ou de produire conjointement des didacticiels;
- ◆ le partenariat avec des entreprises de Hong Kong pour développer conjointement des logiciels multimédias destinés à l'exportation en Chine et en Amérique du Nord;
- ◆ l'extension de l'apprentissage des adultes grâce aux programmes de formation en direct ou aux didacticiels Web, en provenance du Canada.



Promotion de l'éducation et de la formation

La Fondation Asie Pacifique du Canada a établi un partenariat avec le MAECI, l'ACDI et Citoyenneté et Immigration Canada afin de créer un réseau de Centres d'éducation canadiens (CEC) dans des grandes villes d'Asie. Le Bureau d'information sur les études canadiennes de Beijing et le Centre d'éducation canadien de Hong Kong font partie de ce réseau. Pour en savoir plus, consultez la section Éducation/relations académiques du site Web des missions canadiennes à <http://www.canada.org.hk>

Le Canada est l'un des quatre pays (avec les États-Unis, l'Australie et le Royaume-Uni) que les étudiants de Hong Kong préfèrent choisir pour aller faire des études à l'étranger. En 1998, 2 100 étudiants de Hong Kong ont entrepris des études au Canada, ce qui a porté leur nombre total à plus de 10 000. Les écoles secondaires et les universités constituent les principaux débouchés pour les établissements canadiens. Il pourrait exister d'autres possibilités, notamment dans le cadre des cours d'anglais offerts l'été, du téléapprentissage, de la formation des enseignants et des programmes de courte durée portant sur la formation professionnelle. En général, les détenteurs d'un passeport de la RAS de Hong Kong n'éprouvent pas de difficultés à obtenir un visa d'étudiant.

À Hong Kong, c'est le Centre d'éducation canadien (CEC) qui s'occupe de la prestation des services éducatifs. Le CEC participe activement à la recherche de débouchés et à la promotion des établissements d'enseignement canadiens. Un salon canadien a lieu chaque octobre. L'an passé, 65 établissements d'enseignement canadiens y ont pris part, et l'événement a attiré 5 000 visiteurs de la région.

Contraintes

Le ministère de l'Éducation a délégué aux écoles le pouvoir de prendre leurs propres décisions concernant l'achat de logiciels, ce qui a créé un secteur très tributaire du marché. Les entreprises canadiennes doivent établir et maintenir une forte présence sur place pour vendre leurs produits de TI aux écoles et à d'autres acheteurs éventuels. La création de partenariats avec des sociétés de la région facilitera l'entrée sur le marché dans des régions spécifiques de la Chine.

Plan d'action

Les objectifs du Plan d'action consistent à former de huit à dix partenariats ou franchises de distribution entre le Canada et Hong Kong d'ici la fin de l'an 2000, c'est-à-dire :

- ◆ tenir les exportateurs canadiens au courant des dernières nouvelles ayant trait au marché et leur communiquer les informations commerciales les plus récentes;
- ◆ faire mieux connaître l'expertise du Canada en fournissant aux acteurs locaux des renseignements sur les produits canadiens;
- ◆ établir et maintenir des relations étroites de réseautage commercial avec les responsables

du secteur de l'éducation, les communautés et les principaux acteurs sur le marché;

- ◆ promouvoir la formation de coentreprises entre des sociétés de Hong Kong et du Canada afin de produire du matériel pédagogique multimédia diffusé sur Internet pour les élèves de la maternelle à la 12^e année et le marché de la formation des adultes.

Pour atteindre ces objectifs, nous prendrons les mesures suivantes :

- ◆ encourager les entreprises produisant des didacticiels multimédias, les hauts fonctionnaires du gouvernement et les éducateurs à assister à la Conférence mondiale sur le marché de l'éducation qui se tiendra à Vancouver en juin 2000;
- ◆ aider les sociétés canadiennes à trouver des partenaires ou des agents à Hong Kong pour « adapter » les produits et entreprendre des activités de commercialisation tant en Chine qu'à Hong Kong;
- ◆ préparer un profil du marché relatif à l'utilisation de TI dans l'enseignement à Hong Kong;
- ◆ créer un lien entre le réseau canadien Rescol et le SchoolNet de Hong Kong afin de faciliter le partage de l'information et de renseignements concernant les activités sur le thème des technologies de l'information et des communications.

Chine continentale

Bien que des débouchés commencent à apparaître en Chine continentale pour les services éducatifs et de formation, et ce, dans des domaines très spécifiques, les établissements d'enseignement canadiens devraient s'attendre à rencontrer des obstacles de taille lorsqu'ils cherchent à promouvoir leur institution, leurs programmes d'études et leurs services de formation auprès de la clientèle privée et des sociétés chinoises.

Les établissements d'enseignement canadiens peuvent explorer diverses voies d'accès au marché chinois. Celles qui offrent les meilleurs débouchés sont la formation en groupe et en entreprise (qui peut comprendre les cours d'anglais langue seconde, d'informatique ou de commerce international), la liaison ou le jumelage des établissements, les programmes de formation conjointe pour les étudiants sous contrat et la formation professionnelle de courte

durée. À cet égard, le Bureau d'information sur les études canadiennes (BIEC) à Beijing, qui s'occupe principalement des contrats pour la formation de groupe, offre également des renseignements commerciaux sur la Chine. En outre, le BIEC donne des informations pertinentes aux étudiants chinois qui désirent étudier au Canada et aux Canadiens qui désirent faire des études en Chine.

L'expansion rapide des nouvelles technologies des télécommunications en Chine ouvre également de plus en plus de débouchés pour le téléenseignement via Internet ou à l'aide de didacticiels.

Afin de soutenir les établissements d'enseignement et les sociétés produisant des didacticiels qui cherchent à commercialiser leurs services et leurs produits en Chine, les missions canadiennes prendront les mesures suivantes :

- ◆ surveiller les progrès de la réforme de l'enseignement en Chine, analyser les répercussions qu'ils peuvent avoir sur les établissements et les entreprises canadiennes oeuvrant dans le secteur, et se servir de ces renseignements pour réviser les stratégies commerciales existantes et en élaborer de nouvelles;
- ◆ encourager et faciliter la formation de partenariats intersectoriels entre des organismes canadiens et des organisations chinoises locales;
- ◆ définir les secteurs dans lesquels les efforts commerciaux du Canada peuvent être reliés aux besoins de la Chine en matière d'enseignement et de formation (notamment la santé,

l'environnement, l'agriculture, l'énergie et les télécommunications);

- ◆ découvrir les débouchés pour le téléapprentissage et les ventes de didacticiels.

Énergie électrique

Contexte commercial

Chine continentale

En Chine, le secteur de l'électricité s'est développé à une allure vertigineuse pendant les années 1980 et 1990, faisant du pays le deuxième producteur d'électricité au monde, après les États-Unis. La Chine a atteint un équilibre entre l'offre et la demande grâce au ralentissement de la croissance économique et à une baisse de l'activité des industries traditionnelles. Le pays s'efforcera avant tout d'accroître le rendement ainsi que d'étendre et d'améliorer ses réseaux de transport et de distribution. En outre, les considérations écologiques transparaissent davantage, ce qui s'est soldé par la fermeture de petites installations anciennes de production, une interdiction pour une durée indéterminée frappant les nouvelles petites (d'une capacité inférieure à 300 MW) centrales thermiques (à l'exclusion des centrales de cogénération), une interdiction temporaire (qui devrait durer jusqu'en 2001) touchant les centrales thermiques « classiques », et de nouvelles exigences relatives au perfectionnement des technologies. Certains analystes préviennent le public que la demande d'électricité s'accroît encore au rythme d'au

Production d'électricité par la Chine, 1995-1997
(en milliards de kWh et en %)

Source	1995		1996		1997	
	kWh	%	kWh	%	kWh	%
Thermique	756,06	79,3 %	805,30	80,5 %	925,22	81,6 %
Hydroélectrique	184,93	19,4 %	181,27	18,1 %	194,57	17,2 %
Nucléaire	12,38	1,3 %	13,62	1,4 %	14,42	1,3 %
Total	953,37	100,0 %	1 000,2	100,0 %	1 134,2	100,0 %

Source : The Economist Intelligence Unit Limited et la Société d'électricité d'État

moins 10 % dans certaines régions du pays, ce qui risque une fois de plus de causer des pénuries localement si le développement de la nouvelle capacité de production ne se fait pas de façon sélective.

Rien que pendant la période de 1990 à 1998, la puissance installée a plus que doublé pour atteindre 270 GW à la fin de 1998, soit une augmentation de 400 % depuis 1980. Par ailleurs, environ 70 millions de personnes sont encore privées d'électricité, et la consommation par habitant représente 1/28^e du taux canadien, ce qui place la Chine au 80^e rang sur le plan de la consommation mondiale. L'industrie lourde s'attribue encore une part assez importante de la consommation d'électricité, soit 58 %, la part de la demande du secteur résidentiel ne représentant que 12 %.

L'énergie thermique est la principale source d'électricité de la Chine, avec 81,6 % de la puissance installée. L'énergie hydroélectrique représente 17,2 % de la production; viennent ensuite l'énergie nucléaire et les autres sources d'énergie qui comptent pour environ 1,3 % du total. La Chine s'efforce de devenir à long terme beaucoup plus dépendante de l'hydroélectricité, notamment grâce au barrage des Trois Gorges, le plus grand projet hydroélectrique du monde, qui devrait produire 18 200 MW dès 2009.

Le programme d'énergie nucléaire de la Chine consiste actuellement en l'exploitation de trois réacteurs dont la puissance installée est de 2 100 MW. Comme les travaux en cours ajouteront 6 600 MW, dont deux réacteurs CANDU (1 450 MW), la contribution de l'énergie nucléaire à l'approvisionnement en électricité du pays triplera d'ici 2050. Toutefois, la Chine réévalue maintenant ses ambitieux projets de développement de l'énergie nucléaire par suite d'un ralentissement de la croissance du marché de l'électricité. À moins d'un revirement spectaculaire au niveau de l'offre d'électricité, il est peu probable que d'autres projets d'exploitation de l'énergie nucléaire soient adoptés au cours des quelques prochaines années.

Dans le cadre des efforts continus du gouvernement chinois pour établir une base commerciale plus rationnelle pour le développement et la gestion 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. En outre, l'ancien réseau électrique de la Chine vient d'être intégré à la nouvelle Société d'énergie de l'État afin de donner une impulsion plus forte à l'intégration et à l'expansion du réseau électrique.

Les progrès dans le domaine de la réglementation ont été plus lents. À présent, la Chine accorde une importance particulière à l'élaboration de nouveaux règlements régissant l'établissement du prix de l'électricité et les modalités d'accès au marché de l'électricité. Les nouvelles directives attendues de longue date pour les projets à réaliser dans le cadre de contrats de construction-exploitation-transfert semblent ne plus constituer une priorité du fait que le gouvernement manifeste moins d'empressement à accroître la capacité de production.

Hong Kong

Hong Kong dispose d'une capacité de production excédentaire jusqu'en 2006. Néanmoins, la Hong Kong Electric Ltd. (HEC) compte encore installer de nouveaux générateurs alimentés au gaz dans sa centrale électrique de Lamma. En 1998, la China Light and Power Ltd. (CLP) et la HEC ont dépensé plus de 38,5 millions de dollars pour renouveler leur équipement ou se procurer des pièces ou des composants. Les entreprises canadiennes trouveront des possibilités de fournir du matériel annexe, par exemple, pour la gestion et la régulation du réseau de distribution.

À présent, HEC et CLP essaient de diversifier leurs activités commerciales en cherchant des débouchés à l'étranger grâce à leurs services d'ingénierie et d'investissement. Les sociétés canadiennes peuvent former des partenariats stratégiques avec leurs filiales pour tenter de réaliser des projets dans d'autres pays.

Le consulat général du Canada à Hong Kong assurera une liaison régulière avec les cadres de gestion de CLP et HEC afin de découvrir de futurs débouchés.

Débouchés

Le Canada contribue depuis longtemps à l'expansion du secteur de l'électricité en Chine, particulièrement dans les créneaux commerciaux. La capacité de production locale de la Chine est forte pour l'équipement classique destiné au secteur de la production d'électricité, et la concurrence est féroce entre les sociétés chinoises et les coentreprises. C'est pourquoi le gouvernement a fait une priorité de l'approvisionnement local et des liaisons pour le transfert des nouvelles technologies de pointe.

La Chine accorde une priorité croissante aux projets de prévention des inondations. Dans plusieurs cas, on travaille encore activement à la planification de projets hydroélectriques polyvalents à réaliser sur le cours supérieur du Yangzi et du fleuve Jaune, ainsi que sur d'autres grandes voies navigables. La

diminution de la demande d'électricité a également ralenti le rythme de la réalisation de nouveaux projets, mais certains de ces projets pourraient être réévalués au début du nouveau millénaire.

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 de projets énergétiques, même s'il faudra toujours obtenir les approbations des niveaux centraux pour les projets plus importants (c'est-à-dire, de plus de 30 millions de dollars américains). Le financement de ces projets continue de poser un défi. Bien que les IFI aient été une source importante de financement pour ce secteur, leur participation diminue.

Même s'il demeure des possibilités de réalisation de projets indépendants de production d'électricité (PIPE), ces projets doivent être examinés attentivement en faisant preuve d'une diligence raisonnable eu égard à la réglementation, qui demeure imprévisible. Un certain nombre de promoteurs de PIPE concentrent de plus en plus leurs efforts sur la cogénération et les petits projets d'électricité, ainsi que sur les possibilités de moderniser l'infrastructure existante.

Comme l'approvisionnement est irrégulier, le segment du marché chinois de la production d'électricité qui s'étend le plus rapidement est celui des systèmes de secours et de réserve pour les immeubles, usines et parcs industriels de grande taille. Dans certaines régions de la Chine, ces systèmes représentent près du tiers de la nouvelle capacité de production d'électricité.

Il reste des débouchés dans les sous-secteurs suivants pour les fournisseurs canadiens de matériel et de services, notamment ceux qui offrent un financement, forment des coentreprises, établissent des installations de production sur place et transfèrent de l'expertise ou des technologies de pointe :

- ◆ services de consultation en matière de transport et de distribution et équipement spécial;
- ◆ services de gestion des grands projets et formation;
- ◆ équipement qui continuera d'être importé :
 - systèmes de production d'électricité, commandes, instrumentation et matériel de simulation (groupes importants d'une capacité supérieure à 600 MW);

- turbines à gaz de plus de 100 MW, y compris celles à cycle combiné;
- matériel de désulfuration;
- matériel de commutation;
- transformateurs de grande puissance;
- réacteurs nucléaires.

Contraintes

Le fait que la Chine vienne de réussir à équilibrer l'offre et la demande d'électricité, conjugué au potentiel déjà solide et croissant de produire sur place la majeure partie de l'équipement classique, constitue l'une des principales contraintes auxquelles font face actuellement de nombreux exportateurs canadiens de matériel.

Plan d'action

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

- ◆ trouver des possibilités particulières pour les sociétés canadiennes et convaincre les entreprises chinoises équivalentes de l'expertise canadienne;
- ◆ soutenir vigoureusement des sociétés ou des groupes de sociétés dans leur recherche de projets à réaliser dans des créneaux particuliers;
- ◆ appuyer les efforts déployés par le Canada afin de demeurer présent sur le marché chinois grâce à l'élaboration de projets stratégiques de formation de coentreprises et de transfert de technologie;
- ◆ profiter de la table ronde nationale sur l'électricité pour diffuser des rapports fréquents qui mettent l'accent sur les progrès réalisés en matière de réglementation, ainsi que des renseignements commerciaux;
- ◆ aborder les questions d'accès au marché au moyen de rencontres bilatérales et multilatérales;
- ◆ faire valoir les avantages de la technologie canadienne pour l'environnement, notamment les mesures prises afin de réduire la pollution causée par les combustibles fossiles et l'énergie nucléaire;
- ◆ se mettre en rapport régulièrement avec la haute direction de la CLP et de la HEC afin de cibler les débouchés à venir.

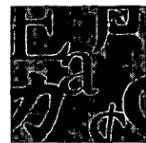
Environnement

Contexte commercial

Chine continentale

En Chine, la détérioration de l'environnement est un problème grave et onéreux. On estime que le coût de la dégradation de l'énergie et de la pénurie de ressources représente de 8 à 12 % environ du PIB du pays, soit à peu près 77 milliards de dollars américains, alors que les dépenses consacrées à la protection de l'environnement en 1998 ne figuraient que pour 1,02 % de son PIB (soit 9,6 milliards de dollars américains). Ces dernières années, la position du public à l'égard de la protection de l'environnement a vraiment changé. Ce facteur, conjugué au coût économique élevé de la détérioration de l'environnement, a incité les dirigeants chinois à choisir une approche individualisée pour s'attaquer au problème. Cette approche, souvent appelée politique 3-3-2-1, s'inscrit dans la stratégie de développement économique que la Chine a adoptée dans le cadre du Neuvième Plan quinquennal (période de 1996 à 2000). Elle se concentre sur les efforts entrepris par la Chine afin de dépolluer trois lacs (Tai, Chao et Dianchi), trois rivières (Huai, Hai et Liao), deux zones de lutte contre les pluies acides et une ville (Beijing). En outre, le gouvernement encourage de plus en plus le développement accru des régions de l'intérieur, dont beaucoup comptent parmi les zones les plus polluées du pays.

La législation en matière de protection de l'environnement est assez complète. Elle comprend des lois visant la pollution de l'eau, la pollution atmosphérique, la pollution sonore, la pollution marine et les déchets solides, ainsi qu'un vaste éventail de règlements promulgués dans les années 1980 et 1990. Par ailleurs, l'application de ces mesures législatives demeure problématique, car les lois établies par l'organe central sont mises à exécution par les administrations locales qui répugnent souvent à fermer des usines ou à imposer des amendes à des établissements dont elles tirent profit.



La Banque mondiale estime que la Chine aura besoin de 100 milliards de dollars d'investissements dans l'infrastructure pour la conservation, le traitement et l'assainissement des eaux entre 1995 et 2005.

Les IFI telles que la Banque mondiale (BM), la Banque asiatique de développement (BAD) et divers organismes des Nations Unies engagent chaque année des sommes considérables pour aider la Chine à maintenir une croissance durable. L'assistance bilatérale au développement, notamment dans le cadre du Fonds pour la coopération économique d'outre-mer du Japon, contribue aussi aux efforts de la Chine en vue d'assainir son environnement. La Chine estime qu'elle recevra, en 1999 et 2000, environ 2,86 milliards de dollars américains de la BM, de la BAD et du Fonds pour la coopération économique d'outre-mer du Japon. Toutefois, même des prêts importants en provenance de ces organismes multilatéraux et bilatéraux ne suffiront pas à répondre aux besoins de la Chine, laquelle devra donc se tourner de plus en plus vers le secteur privé pour payer le coût des immobilisations.

Hong Kong

L'accroissement démographique rapide, l'activité économique intense et le développement massif de l'infrastructure se sont soldés par une dégradation préoccupante de l'environnement à Hong Kong. Chaque jour, Hong Kong produit environ 40 000 tonnes de déchets urbains et de construction, 2 millions de tonnes d'eaux d'égout et d'eaux usées, une pollution atmosphérique importante causée principalement par les gaz d'échappement des diesels et d'autres déchets résultant des activités industrielles, commerciales et ménagères.

Dans son allocution de 1997, le chef de l'exécutif de Hong Kong a répété que « l'amélioration de la qualité de l'environnement est aussi essentielle que la croissance économique ». Le gouvernement a agi rapidement et investi des sommes considérables pour faire de Hong Kong une ville plus propre. On a entrepris un projet pilote pour convertir les véhicules du parc de taxis du diesel au gaz de pétrole liquéfié. Un plan décennal de 211 millions de dollars est en place afin de réduire, réutiliser et recycler les déchets. Plus de 2,3 millions de dollars seront consacrés à des programmes de traitement des eaux d'égout au cours des cinq prochaines années.

Bien que Hong Kong constitue en soi un marché potentiel pour les fournisseurs d'équipement et d'expertise en matière environnementale, il s'agit aussi d'une importante voie d'accès à l'énorme marché continental pour les projets d'infrastructure environnementale. Les entreprises canadiennes font toutefois face à une vive concurrence du Royaume-Uni, des États-Unis, de l'Europe et de l'Australie.

Pour réussir sur ce marché, les sociétés canadiennes doivent assurer une présence constante sur place en travaillant en collaboration étroite avec des entreprises locales. Les Canadiens doivent soit jouer le rôle de sous-traitants ou de partenaires étrangers (dans le cas des experts-conseils), soit avoir recours à des distributeurs ou à des agents (dans le cas des fournisseurs d'équipement). De plus en plus, il est essentiel de faire preuve d'expertise en matière de négociation et d'offrir un montage de financement pour les grands projets.

Débouchés

En Chine, les pouvoirs publics demeurent les principaux utilisateurs d'équipement et de services de protection de l'environnement. Viennent ensuite les sociétés appartenant à l'État, les coentreprises et les bénéficiaires d'une aide étrangère en provenance de la BM, de la BAD, des Nations Unies et d'autres organismes bilatéraux.

Eau : Étant donné que 80 % des eaux usées déversées en Chine ne sont pas traitées, 82 % des cours d'eau du pays sont pollués. Sur un total de 668 villes, 300 disposent d'un approvisionnement insuffisant en eau et 120 sont classées dans la catégorie des agglomérations urbaines souffrant d'une pénurie grave. Soixante millions de personnes ne disposent pas d'assez d'eau propre pour la consommation quotidienne. Comme seulement 153 villes possèdent une installation quelconque de traitement des eaux usées, le taux de traitement, en 1996, n'a été que de 11 %, dont plus de 70 % se composaient d'effluents industriels. Il existe des débouchés pour les sociétés canadiennes possédant la technologie requise dans le domaine de l'équipement de traitement des eaux d'égout et industrielles. En ce qui a trait à l'équipement, les entreprises devraient se concentrer sur la technologie destinée à la lutte contre certains polluants dans des secteurs tels que les papeteries ainsi que les usines de produits chimiques, de colorants et de peinture. La demande d'instruments de surveillance et d'analyse de l'environnement devrait également augmenter. Il existe en outre des possibilités pour les PME dans le domaine des projets de construction de nouveaux logements et hôtels qui comprennent l'achat de leurs propres installations de traitement des eaux.

Air : La Chine dépend du charbon à haute teneur en soufre pour sa production d'énergie, les centrales au charbon fournissant environ 80 % de la production nationale d'électricité. Le secteur de l'électricité et les

chaudières industrielles à charbon se classent respectivement au premier et au deuxième rangs des principaux pollueurs. La Chine est donc le plus grand producteur d'anhydride sulfureux au monde. En même temps, l'émission de particules produites par l'industrie a également augmenté de façon spectaculaire, et les gaz d'échappement des automobiles deviennent une source importante de pollution atmosphérique dans les villes plus développées comme Beijing, Shanghai, Guangzhou et Tianjin. La Chine reconnaît le besoin d'améliorer la qualité de son air et a adopté diverses mesures, notamment l'usage répandu d'équipement de désulfuration des gaz de combustion dans les centrales électriques; de dépoussiéreurs électriques; de technologie de combustion plus propre du charbon; de matériel de surveillance de l'environnement.

La réduction des gaz d'échappement est une autre priorité du programme réalisé par la Chine pour lutter contre la pollution atmosphérique. Tous les nouveaux véhicules doivent utiliser de l'essence sans plomb d'ici l'an 2000 et tous les véhicules existants doivent être munis d'un dispositif antipollution. Plus précisément, les technologies de l'automobile relatives à la conversion des véhicules à un carburant de remplacement sont très en demande dans des villes comme Beijing, Shanghai et Chongqing, ainsi que dans les provinces de Guangdong, Sichuan et Fujian.

La Chine, qui occupe le deuxième rang quant à l'émission de gaz carbonique, offre d'importants débouchés pour l'application de technologies visant à réduire les gaz à effets de serre.

Émissions de dioxyde de carbone, 1996 (en millions de tonnes)

États-Unis	5 301,0
Chine	3 363,5
Fédération de Russie	1 579,5
Japon	1 167,7
Inde	997,4
Allemagne	861,2
Royaume-Uni	557,0
Canada	409,4

Source : Banque mondiale, Indicateurs de développement (1999)

Contraintes

Le manque de financement en devises fortes demeure le principal obstacle à l'accès au marché chinois de la protection de l'environnement. Bien que l'on reconnaisse la qualité supérieure des technologies en provenance de l'étranger, notamment du Canada, les acheteurs chinois se préoccupent souvent davantage du financement et du prix. Les subventions et prêts de faveur accordés par des gouvernements étrangers influencent fortement les décisions d'achat des utilisateurs finals chinois. Il est essentiel que les entreprises canadiennes fassent preuve de créativité et de souplesse dans le financement des projets et qu'ils adaptent leurs produits aux divers utilisateurs finals. Forger des liens avec des instituts de recherche ainsi qu'avec des institutions ou des organismes gouvernementaux constitue un moyen efficace de promotion des produits et services.

La concurrence des sociétés chinoises s'intensifie. En 1998, la Chine comptait plus de 9 000 entreprises enregistrées au pays. La valeur de leur production s'élevait à 52 milliards RMB et représentait 0,7 % du PIB. À ce jour, environ les deux tiers de l'équipement de traitement des eaux usées est fourni par des entreprises chinoises, qui possèdent l'avantage de disposer de réseaux locaux de distribution et de relations avec les administrations locales. Par ailleurs, la plupart des sociétés du secteur national produisent encore des technologies bas de gamme et ne peuvent pas soutenir la concurrence des importations de matériel haut de gamme en provenance des pays développés. Bien que le gouvernement chinois désire vivement stimuler l'expansion des entreprises du pays oeuvrant dans le secteur de l'environnement, il reconnaît le besoin de se doter d'équipement étranger de haute technologie. Il encourage donc fortement la création de coentreprises — tendance qui s'étendra vraisemblablement à d'autres sous-secteurs.

Les sociétés canadiennes qui veulent pénétrer sur le marché chinois de la protection de l'environnement devront soutenir la vive concurrence des producteurs du Japon, de l'Allemagne, des États-Unis, de l'Union européenne, ainsi que de la Chine. L'essentiel consiste d'abord à offrir une technologie ou un produit utile et, ensuite, à faire preuve d'adaptabilité. Il faut considérer non seulement que les caractéristiques du marché diffèrent d'une région à l'autre, mais aussi que la formation de coentreprises ne constitue plus la seule voie d'accès au marché. Les sociétés auraient intérêt à examiner minutieusement toutes les approches possibles lors de l'élaboration d'une stratégie de commercialisation afin de découvrir le bon créneau dans le marché chinois.

Plan d'action

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

- ◆ rechercher des possibilités d'affaires et de collaboration prometteuses pour le XXI^e siècle dans le secteur de la protection de l'environnement, dans le cadre de divers accords bilatéraux tels, mais pas exclusivement, le Protocole d'entente sur la collaboration en matière d'environnement et le Cadre de collaboration en matière d'environnement;
- ◆ organiser des ateliers et des séminaires techniques pour faire mieux connaître aux gestionnaires de projet chinois et aux utilisateurs finals l'expertise canadienne et afin de donner aux entreprises canadiennes l'occasion de rencontrer des partenaires éventuels et d'explorer des sources de financement;
- ◆ rechercher des possibilités d'affaires dans le but de réduire la pollution atmosphérique et de faciliter le transfert de technologies visant à réduire les gaz à effet de serre;
- ◆ favoriser la participation des entreprises canadiennes aux expositions qui les intéressent ainsi qu'aux réunions avec d'importants entrepreneurs et les principaux acteurs sur le marché chinois, et encourager les délégations chinoises à participer aux foires commerciales tenues au Canada.

Foresterie — Pâtes et papiers

Chine continentale

Contexte commercial

La production et la consommation de pâtes et papiers 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 grande quantité et de meilleure qualité. La hausse de la demande est un problème pour l'industrie nationale de la Chine pour laquelle le manque de matières premières et de financement et la technologie dépassée de ses usines de papier est de plus en plus un obstacle. Après les inondations désastreuses de l'été 1998, le gouvernement a interdit la coupe de bois dans certaines régions du pays ce qui, à la longue, aura pour effet

d'accroître les importations de matières premières. Avant l'entrée en vigueur de l'interdiction, presque toutes les grandes installations de production avaient récolté du bois et constitué des réserves de billes pour deux ans environ.

La plupart des grandes multinationales du secteur des pâtes et papiers investissent maintenant en Chine. L'essor de la construction a aussi fait augmenter la demande de bois et d'autres matériaux de construction dérivés du bois.

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 de pâtes et papiers et de produits en bois, le transfert de technologie et l'investissement, offrent des possibilités commerciales. En 1998, le Canada a exporté en Chine pour environ 390 millions de dollars de ces produits.

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 1998, le Canada a exporté en Chine pour environ 8,7 millions de dollars de machines et d'équipement pour la fabrication de pâtes et papiers et le travail du bois dans les scieries.

Pâte : En 1998, le marché global de la Chine pour la pâte de bois et la pâte de fibres non ligneuses était de 18,3 millions de tonnes. La même année, la part du Canada dans ces importations a été de 23 %, pour une valeur de 322 millions de dollars, ce qui représente l'une des principales exportations canadiennes en Chine.

Pour que la production chinoise 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 de 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.

Papier : La production du secteur du papier et du carton a augmenté rapidement depuis 10 ans, pour atteindre 27 millions de tonnes en 1997 (26 millions de tonnes en 1996), mais elle n'a pas été suffisante pour répondre à la demande apparente de 32 millions de tonnes (28,5 millions de tonnes en 1995). Environ 5,5 millions de tonnes ont été importées en 1997. 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 est tombée de 85 millions de dollars en 1997 à seulement 50 millions en 1998, cette diminution étant attribuable surtout à la décision prise par le gouvernement chinois en 1998 d'imposer des droits antidumping sur les importations canadiennes de papier journal et aux réserves que les principaux importateurs avaient constituées en 1997. La Chine a importé 236 400 tonnes de papier journal en 1998 — soit une baisse spectaculaire comparativement aux 453 400 tonnes qu'elle avait importées l'année précédente. La diminution résulte de la faiblesse des cours mondiaux en 1997, qui avait permis aux importateurs chinois d'accumuler des réserves considérables de papier journal.

Bois : La réforme dans le secteur de l'habitation, conjuguée à l'aisance 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 1998, les exportations canadiennes ont été les suivantes : bois d'oeuvre (6,3 millions de dollars) et panneaux dérivés du bois et matériaux de construction dérivés du bois (3,3 millions de dollars). En 1998, la Chine a importé 4,4 millions de mètres cubes de bois et 1,3 million de mètres cubes de contreplaqué, de panneaux plaqués et de stratifiés semblables. 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, érable et chêne) est une tendance émergente sur le marché. De même, les placages, les panneaux de bois, y compris ceux en bois de haute technologie tels que les panneaux à copeaux orientés (OSB) et les panneaux de particules sont très utilisés dans la fabrication de meubles.

Contraintes

Les exportateurs canadiens font face à diverses contraintes, notamment :

- ◆ le nombre prépondérant 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 des ressources adéquates du point de vue de la gestion et des finances;



- ◆ la vive concurrence des pays côtiers du Pacifique et d'autres pays voisins;
- ◆ les difficultés de financement des achats de machines importées;
- ◆ le manque général d'information à jour et fiable sur la production intérieure, sur les sociétés locales et sur les projets prévus;
- ◆ la difficulté de trouver des agents commerciaux et des associés fiables;
- ◆ les droits de douane plus élevés sur les produits à valeur ajoutée tels que le papier et le carton (environ 15 %) et les portes et fenêtres (18 %), malgré la suppression des droits de douane sur la pâte importée;
- ◆ les droits antidumping imposés au Canada qui interdisent pour l'instant l'accès du papier journal canadien au marché chinois.

En dépit des carences de l'industrie chinoise, l'accroissement des investissements internationaux dans le secteur des pâtes et papiers crée des possibilités de faire des affaires en Chine avec des clients sûrs provenant d'autres marchés.

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 commerciales et de colloques techniques;
- ◆ recueillir et diffuser 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, l'Institut canadien de recherches sur les pâtes et papiers, l'Institut canadien de recherches en génie forestier, Forintek Canada Corp. et les associations et instituts de recherche correspondants en Chine;
- ◆ tirer parti du protocole d'entente entre Ressources naturelles Canada et l'Administration des forêts publiques de Chine (signé en

novembre 1998) pour présenter des projets menant au transfert de technologie et à l'exportation de produits et services forestiers;

- ◆ cibler des projets appuyés par les IFI et aider à trouver d'autres sources de financement;
- ◆ favoriser l'application d'une méthode de type « Équipe Canada » au marché chinois en facilitant les communications au sein des fabricants d'équipement, des fournisseurs de services et des producteurs de pâtes et papiers 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 partenaires commerciaux;
- ◆ travailler en étroite collaboration avec le secteur privé pour vendre de la pâte et du papier en Chine.

Hong Kong

Contexte commercial

Bois, bois à valeur ajoutée et panneaux dérivés du bois

Hong Kong importe la totalité de ses produits en bois. Les principaux utilisateurs sont les secteurs de la construction, de la fabrication de meubles et de la décoration intérieure.

En 1998, l'industrie de la construction à Hong Kong a été fortement ébranlée par la crise financière en Asie. En raison du manque de confiance des investisseurs et de la quasi-disparition des acheteurs de maisons, le prix des propriétés a chuté dans une proportion de 50 à 60 %, ce qui a forcé les promoteurs à réduire les coûts des projets en introduisant sur le marché des matériaux, notamment des produits en bois, moins chers. Le marché devrait toutefois commencer à reprendre de la vigueur en 1999 et connaître une forte croissance en 2000.

Selon le Bureau du recensement et de la statistique de Hong Kong, la région est demeurée la principale voie d'acheminement des exportations de bois vers les marchés de la Chine continentale. En 1998, la valeur des importations totales de bois, de bois à valeur ajoutée et de panneaux dérivés du bois à Hong Kong a atteint 1,68 milliard de dollars et celle des réexportations destinées à la Chine continentale s'est chiffrée à 1,3 milliard de dollars. Une partie importante de ces produits importés ont été transbordés vers des installations de traitement du

bois en Chine continentale pour être transformés en revêtements de sol, portes, armoires de cuisine et meubles avant d'être réexportés à Hong Kong.

Au fil des ans, les importateurs et les marchands de bois de Hong Kong ont établi des relations avec les principaux utilisateurs des industries de la construction et de la fabrication de meubles dans les marchés de Hong Kong et de la Chine continentale. La plupart des entreprises de construction de Hong Kong sont présentes en Chine, et beaucoup de fabricants de meubles ont déménagé de Hong Kong, où ils étaient établis, pour aller s'installer sur le continent afin de réduire leurs coûts.

Pâtes et papiers

Bien que de nombreux producteurs aient établi des chaînes de fabrication sur le continent, Hong Kong a importé 3,8 millions de tonnes de pâtes et papiers de l'étranger en 1998. En outre, les décisions relatives aux achats de papier sont encore prises à Hong Kong pour de nombreuses usines continentales de la Chine méridionale. La demande de produits de l'industrie des pâtes et papiers est en train de reprendre de la vigueur à mesure que la région commence à se remettre de la tourmente économique actuelle.

Débouchés

Hong Kong est un marché libre qui n'impose aucun droit à l'importation sur les produits forestiers. Les produits canadiens peuvent soutenir la concurrence d'autres articles mieux positionnés que ceux qu'offre la Chine continentale.

Bois, bois à valeur ajoutée et panneaux dérivés du bois

En 1998, la valeur des exportations du Canada à Hong Kong s'établissait comme suit :

- ◆ 6,9 millions de dollars pour le bois brut, soit une baisse de 31 % par rapport à 1997;
- ◆ 19,4 millions de dollars pour le bois de construction, soit une diminution de 17 % comparativement à 1997;
- ◆ 6,8 millions de dollars pour le bois à rainures et à languettes destiné à l'assemblage, soit une baisse de 63 % par rapport à 1997;
- ◆ 1,8 million de dollars pour les panneaux dérivés du bois, soit une diminution de 53 % comparativement à 1997.

La demande de bois dur demeure forte. L'érable, le hêtre et le chêne, sous forme de produits bruts ou de

demi-produits, sont très en demande pour être transformés en produits finis. Il pourrait également y avoir des possibilités commerciales pour d'autres espèces canadiennes comme le bouleau.

Les préoccupations écologiques plus vives dans le secteur de la construction ont entraîné un usage accru de bois tendre. Le gouvernement de Hong Kong et certains promoteurs immobiliers ont spécifié qu'il fallait se servir de matériaux en provenance de ressources durables comme le bois tendre pour les coffrages. On déconseille l'utilisation traditionnelle du bois dur tropical pour fabriquer des panneaux. Elle a été remplacée par l'acier ou d'autres matériaux non ligneux. Les panneaux OSB, qui sont moins connus à Hong Kong, peuvent offrir de nouveaux débouchés aux entreprises canadiennes.

Les panneaux de particules et de fibres, notamment ceux de fibres à densité moyenne (MDF) sont très utilisés dans la fabrication de meubles. Bien que certains panneaux MDF canadiens aient pénétré le marché de Hong Kong, le volume de ces produits était peu important. Le marché est dominé par des produits en provenance de l'Asie du Sud-Est qui sont moins chers.

Pâtes et papiers

En 1998, la valeur des exportations du Canada à Hong Kong s'établissait comme suit :

- ◆ 3,43 millions de dollars pour la pâte, soit une baisse de 3,4 % par rapport à 1997;
- ◆ 64,42 millions de dollars pour le papier journal, soit une diminution de 31,8 % comparativement à 1997;
- ◆ 38,40 millions de dollars pour le papier et le carton, soit une baisse de 23,2 % par rapport à 1997;
- ◆ 0,12 million de dollars pour les déchets de papier, soit une diminution de 38,6 % comparativement à 1997.



En 1998, le Canada a exporté 81 451 tonnes de papier journal à Hong Kong. Cela représentait 20,6 % des importations de papier journal à Hong Kong. Comparativement, la part canadienne du marché hongkongais de pâte, de papier/carton et de déchets de papier était respectivement de 0,5 %, 2,12 % et 0,65 %.

Pâte : Dans le marché de la pâte, les principaux concurrents du Canada sont les États-Unis et la Suède. Les exportations canadiennes ont fléchi légèrement en 1998, bien que les importations du Canada à Hong Kong aient augmenté de 124 % la même année par rapport à 1997.

Papier journal : Le Canada a conservé une part de 20,6 % du marché d'importation, malgré une baisse de 23,3 % des exportations canadiennes en 1998 comparativement à 1997. La Corée du Sud est le principal fournisseur, devançant le Canada, l'Indonésie et les États-Unis.

Papier et carton : Les États-Unis, la Corée du Sud, le Japon, l'Indonésie et Taïwan sont les principaux fournisseurs dans ce marché, où la part du Canada est de 2 %.

Déchets de papier : Les Pays-Bas, la République populaire de Chine, l'Allemagne, le Japon et les États-Unis sont les principaux fournisseurs. La part du Canada représente moins de 1 % des importations. En raison de la sensibilisation accrue aux problèmes écologiques, beaucoup de fabricants de Hong Kong et leurs associés chinois ont commencé à examiner la question du recyclage des déchets de papier pour produire du papier journal, des produits en papier kraft, voire des boîtes-repas et divers types de contenants. Comme le coût de la collecte sur place demeure trop élevé, ces entreprises continueront de dépendre des importations étrangères de déchets de papier.

Les sociétés de Hong Kong restent très intéressées à importer de la pâte, du papier journal, du papier kraft et du carton, ainsi que du papier à valeur ajoutée comme le carton blanchi rigide pour boîtes, le papier à cigarettes, les papiers-mouchoirs et les papiers fins. Elles se préoccupent de la stabilité de l'offre et de la fluctuation des prix. En outre, le gouvernement de la RAS de Hong Kong est un grand utilisateur de produits de papier sans bois pour l'impression et il est de plus en plus intéressé à s'approvisionner en papier recyclé pour l'impression de ses propres documents.

Contraintes

La concurrence est acharnée sur le marché des pâtes et papiers de Hong Kong. Les concurrents viennent de plusieurs régions : l'Asie du Sud-Est, qui offre à des prix concurrentiels du bois dur tropical, du contreplaqué et des panneaux MDF, la Nouvelle-Zélande, qui livre rapidement du bois tendre et du contreplaqué de qualité constante, et les pays européens qui fournissent de grandes quantités de hêtre.

L'expansion des chaînes de production en Indonésie, en Malaisie et dans la République populaire de Chine se traduira par un accroissement de l'offre intrarégionale de papier journal, de pâte et d'autres produits de papier bon marché. Les droits antidumping que le gouvernement chinois vient d'imposer sur le papier journal canadien auront aussi une incidence sur les réexportations en provenance de Hong Kong vers la Chine continentale.

Plan d'action

Pour atteindre l'objectif primordial de conserver la part du Canada sur le marché des produits forestiers à Hong Kong en 1999-2000, nous prendrons les mesures suivantes :

- ◆ promouvoir diverses applications du bois tendre en accordant une attention particulière aux secteurs de la construction et de la fabrication de meubles;
- ◆ découvrir et présenter au marché de Hong Kong les fournisseurs canadiens de produits forestiers sans danger pour l'environnement, notamment des panneaux dérivés du bois destinés à la construction et à la fabrication;
- ◆ recueillir des informations sur le marché et des renseignements sur les activités commerciales et les débouchés, et les communiquer aux entreprises canadiennes.

Technologies de l'information et télécommunications

Chine continentale

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.

Des organismes du gouvernement chinois et du secteur privé profitent de la concurrence internationale féroce pour accélérer les transferts de technologie et acquérir des technologies et de

l'équipement. Le financement des projets, les contradictions entachant les règlements et les politiques, le problème encore irrésolu de la propriété intellectuelle, les risques commerciaux comme la dévaluation des devises et la régression de l'économie, ainsi que l'intensification de la concurrence des producteurs chinois constituent de grands obstacles au commerce sur le marché chinois.

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 deux grands sous-secteurs :

1. les télécommunications;
2. les ordinateurs et les logiciels.

1. Télécommunications

Contexte commercial

La Chine est le troisième marché mondial des télécommunications et celui qui jouit de la croissance la plus rapide. Chaque année, le réseau chinois s'accroît dans une proportion qui dépasse l'ensemble du réseau canadien. À la fin de 1998, le nombre d'abonnés était passé de 85 millions à 110 millions, dont 25 millions d'utilisateurs de téléphones mobiles, ce qui représente un taux de pénétration nationale de 10,64 % et un taux de pénétration de 27,7 % dans les régions urbaines. La capacité totale de commutation devrait s'accroître de 23 millions de lignes en 1999 pour dépasser 150 millions de lignes. Le gouvernement s'est fixé un objectif de 170 millions de lignes pour l'an 2000, ce qui donnerait un taux de pénétration nationale de 13 % et ferait grimper le taux de pénétration dans les villes de 30 à 40 %. La télédensité devrait atteindre 40 % en 2020.

Le marché chinois des services de télécommunications est dominé par China Telecom (part du marché de 95 %), l'ancien monopole, et par China Unicom, société créée en 1994 pour stimuler la concurrence. Le gouvernement a annoncé récemment que la subdivision de China Telecom en quatre entités sectorielles indépendantes — service fixe, téléphonie mobile, radiomessagerie et télécommunications par

satellite — renforcerait encore davantage la concurrence. Le gouvernement a également donné son accord de principe à la création d'une autre société nationale d'exploitation oeuvrant dans le cadre de l'infrastructure des télécommunications pour la câblodistribution et les chemins de fer.

Bien qu'il existe une intention manifeste de favoriser l'expansion de l'industrie locale, la demande d'équipement de télécommunications dépasse le potentiel de la Chine. Il existe donc d'importants débouchés pour les intervenants étrangers. Par ailleurs, la présence en Chine de tous les principaux fabricants mondiaux de matériel de télécommunications, conjuguée à l'émergence d'entreprises nationales de plus en plus compétentes a créé un marché extrêmement concurrentiel pour ce secteur en Chine. Le taux de croissance rapide a incité le gouvernement à instaurer le ministère de l'Industrie de l'information (MII) à titre d'organe de réglementation du marché des télécommunications. De plus en plus, on s'est efforcé de séparer les fonctions gouvernementales des opérations et de la fabrication. Malgré tout, l'État exerce encore un contrôle total sur le réseau public, l'ancien monopole China Telecom, étant la société prestataire de services pour plus de 95 % du marché.

La transmission de données et Internet : La Chine compte à présent plus de 200 serveurs offrant des services à 2,1 millions d'abonnés à Internet. Selon les prévisions, la Chine pourrait compter en 2000 de 6 à 9 millions d'abonnés à Internet, soit un taux annuel de croissance de 300 %. Le réseau chinois pour données à commutation par paquets (ChinaPAC) a une capacité de plus de 230 000 terminaux et compte actuellement 90 000 utilisateurs. Le réseau numérique public (ChinaDDN) compte environ 160 000 utilisateurs et a une capacité totale de 310 000 terminaux. De 1999 à 2003, l'investissement dans la transmission de données s'accroîtra en moyenne de 16 % par an.



Le marché des télécommunications de la Chine est et demeurera l'un des plus dynamiques du monde. En 1998, les investissements dans le secteur des télécommunications ont augmenté de 39 %, et la Chine continuera d'investir environ 20 milliards de dollars américains en 1999. L'an dernier, le secteur chinois des télécommunications a produit des recettes de plus de 27 milliards de dollars américains, soit une augmentation de 25 % par rapport à 1997.

Débouchés

Le marché de la commutation offre encore des possibilités d'exportation dans le domaine de la conception de systèmes de commutation pour la téléphonie mobile (réseaux cellulaires GSM). Les fournisseurs chinois détiennent la plus grande part du marché de la commutation. L'infrastructure chinoise de transmission des données combine les technologies des réseaux à fibres optiques, à micro-ondes et satellitaires. Tous les secteurs présentent des débouchés pour les entreprises qui offrent des technologies de pointe à des prix concurrentiels. Dans le secteur de la transmission de données, il existe des possibilités dans le domaine du réseau MTA (mode de transfert asynchrone) et du réseau à relais de trame. De grands projets d'expansion des réseaux de l'infrastructure nationale ont été entrepris en 1998, et leur réalisation se poursuivra au cours du XXI^e siècle. Ces projets se concentrent surtout sur la technologie large bande. Étant donné la position relativement faible des fournisseurs chinois, les projets d'expansion de l'infrastructure gouvernementale dépendront beaucoup des achats de matériel étranger, notamment d'équipement de réseautage à fibres optiques. Il existe également des possibilités pour les sociétés étrangères dans les domaines des communications par satellite et de la technologie TTPO (terminal à très petite ouverture d'antenne).

La décision récente prise par la Chine d'adopter la technologie de téléphonie cellulaire à accès multiple par code de répartition (AMCR) pour faire concurrence à la technologie des réseaux GSM, qui prédomine actuellement, devrait également ouvrir de nouveaux débouchés aux entreprises canadiennes. Jusqu'à présent, Unicom semble avoir hérité du mandat d'étendre le réseau AMCR, et la société a annoncé ses projets ambitieux de créer un réseau d'une capacité de 10 millions d'abonnés d'ici la fin de l'an 2000.

Contraintes

Le marché chinois du matériel de télécommunications est extrêmement concurrentiel. Bien que le gouvernement soutienne vigoureusement les fabricants locaux qui se taillent une part croissante dans les segments à volume élevé du marché de l'équipement comme la commutation, il exerce aussi des pressions croissantes sur les fournisseurs étrangers afin qu'ils adaptent leurs produits aux besoins de la Chine. La Chine ne dispose d'aucune loi régissant les télécommunications, et ses politiques ainsi que son cadre réglementaire sont nébuleux et changent sans cesse. Le fait que la Chine s'efforce maintenant de séparer

les fonctions de réglementation (confiées au MII qui vient d'être créé) de celles qui se rapportent à l'exploitation et à la fabrication ne fait, pour le moment, qu'ajouter à la confusion. La complexité du contexte commercial chinois est exacerbée par la restructuration gouvernementale en cours dans tous les secteurs.

L'un des effets de l'évolution récente est d'accélérer la transition à une structure plus décentralisée de prise de décisions, dans laquelle les entités provinciales et les utilisateurs finals jouent un rôle de plus en plus important. Bien que le gouvernement ait accordé beaucoup d'attention aux télécommunications, ce secteur n'est plus la priorité absolue à l'ordre du jour, et les questions de financement sont donc devenues incontournables. En raison de l'absence d'une protection efficace de la propriété intellectuelle, les fabricants de contrefaçons sont également en mesure de menacer sérieusement les fournisseurs étrangers. Enfin, bien que le gouvernement chinois ait autorisé dans le passé des entreprises étrangères à faire des investissements indirects dans des projets de communications mobiles proposés par China Unicom, il vient de changer de politique et de décider de faire observer plus rigoureusement son interdiction de la participation étrangère à la possession ou à l'exploitation d'un réseau de télécommunications. La Chine finira par ouvrir ce secteur à la concurrence étrangère. Cela devrait se produire entre le court et le moyen termes compte tenu des ouvertures plus larges en vue de l'adhésion à l'OMC et d'autres signes que présente le marché.

2. Les ordinateurs et les logiciels

Contexte commercial

Ordinateurs : Le marché chinois de l'informatique est stimulé par une croissance annuelle de 30 % de la demande d'ordinateurs personnels. Toutes les possibilités découlant de la croissance rapide dans ce secteur disparaissent rapidement en raison de la concurrence acharnée et des marges décroissantes de profit. Seuls les principaux acteurs, notamment plusieurs fournisseurs chinois très concurrentiels, qui bénéficient d'économies d'échelle et sont en mesure de diversifier leur production dans des secteurs où les marges sont plus larges, survivront sur le marché des ordinateurs personnels.

En 1998, près de 4 millions d'ordinateurs ont été vendus en Chine, ce qui a placé le secteur chinois des ordinateurs personnels au sixième rang mondial. Les ventes d'ordinateurs augmentent sous l'impulsion de la demande croissante en provenance d'organismes

gouvernementaux et de grandes organisations, particulièrement des banques, les consommateurs du secteur public ayant acheté plus de 70 % des ordinateurs personnels destinés à un usage commercial. Par ailleurs, c'est l'intérêt des familles urbaines pour Internet et l'éducation des enfants qui stimule surtout la vente d'ordinateurs à des particuliers. Selon les prévisions, le marché pourrait atteindre 10,5 millions d'ordinateurs en 2002. La Chine prétend que des entreprises locales travaillent actuellement à la conception d'ordinateurs haut de gamme très puissants et que la part du marché national s'accroît dans ce secteur.

Logiciels : En 1998, les ventes de logiciels ont augmenté de plus de 30 %, et la croissance annuelle du marché devrait être de 20 % en 1999. La Chine est le plus grand marché naissant de logiciels au monde. On s'attend à ce que la demande dépasse 30 milliards de RMB (5,4 milliards de dollars) en 2000. La part des sociétés chinoises dans le marché des logiciels et des services d'information n'est que de 20 % environ. Étant donné que les entreprises chinoises fabriquant des logiciels sont relativement petites et que leurs produits sont peu diversifiés, il y aura un accroissement de la demande de logiciels produits par des sociétés étrangères.

Débouchés

Les débouchés pour les entreprises canadiennes se trouvent principalement dans le secteur des logiciels et du réseautage informatique. Dans le cadre du plan de développement national de l'infrastructure de l'information, des « Projets or » ont entraîné un accroissement de la demande de logiciels d'application en provenance des organismes gouvernementaux. Les créneaux possibles pour les entreprises canadiennes se situent dans le domaine des logiciels d'applications personnalisées qui ciblent certaines utilisations finales, comme les systèmes d'information géographiques (SIG) et les données Radarsat.

Contraintes

De fortes pressions s'exercent sur les entreprises étrangères du secteur des ordinateurs et des logiciels afin qu'elles établissent des coentreprises et permettent le transfert de technologie. Le marché des logiciels étant sous-développé en Chine, il est difficile de trouver le bon circuit de distribution. De surcroît, le taux de piratage de 96 % qui frappe le marché des logiciels entraîne une perte annuelle de 10 milliards RMB (1,8 milliard de dollars). Pour les entreprises étrangères, les obstacles découlant de la réglementation et le manque de clarté des directives et des

politiques gouvernementales compliquent le processus d'approbation de certains produits ou d'octroi de licences pour les services de distribution locale. La plupart du temps, les logiciels canadiens doivent être adaptés aux besoins locaux pour satisfaire aux exigences du marché chinois.

Plan d'action

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

- ◆ promouvoir l'expertise canadienne et renforcer la présence des entreprises canadiennes en Chine dans le secteur des logiciels, et encourager la participation d'une délégation chinoise à l'exposition Softworld, qui se tient chaque année au Canada en novembre;
- ◆ poursuivre l'examen de questions de politique commerciale à l'intérieur et à l'extérieur du cadre des pourparlers en vue de l'adhésion de la Chine à l'OMC afin de résoudre les problèmes actuels auxquels les investisseurs canadiens font face dans le secteur des services de télécommunications;
- ◆ travailler en collaboration avec Industrie Canada pour consolider la position du Canada comme source importante d'infrastructure de protocole Internet (PI) et d'applications, notamment de solutions pour le commerce électronique. Cet objectif sera atteint grâce à une recherche sur les politiques effectuée conjointement avec le MII et au moyen d'activités de promotion commerciale;



Événements promotionnels de haute technologie

Softworld, qui se tient chaque année en novembre au Canada, fait la promotion de produits de TI financiers et autres auprès des fabricants de logiciels de Hong Kong. La ville hôte change chaque année. Consultez le site <http://www.softworld.org> pour obtenir des détails.

Techworld, qui se tient chaque année en mars à Hong Kong, fait la promotion des investissements en capital-risque dans des projets de haute technologie à Hong Kong et en Chine continentale. Consultez le site <http://www.hkitc.org.hk> pour obtenir des détails.

Pour obtenir le programme complet des événements, consultez le Calendrier commercial des missions à l'adresse suivante : <http://www.canada.org.hk>

- ◆ produire et mettre à jour des profils de marché sur les sous-secteurs des technologies de l'information et étoffer la liste existante de rapports récents qui portent sur les télécommunications, les logiciels, Internet, le commerce électronique et la sécurité des réseaux;
- ◆ fournir régulièrement des renseignements commerciaux sur le secteur des technologies de l'information par le truchement du bulletin sur les TI.

Hong Kong

Contexte commercial

En 1998, le Canada a exporté à Hong Kong des produits des nouvelles technologies de l'information et des communications (TIC) d'une valeur d'environ 250 millions de dollars. D'autres produits, d'une valeur de 75 millions de dollars, ont été réexportés en Chine via Hong Kong. La plupart des principales entreprises de TIC canadiennes ont un bureau régional ou exercent des activités importantes de commercialisation à Hong Kong.

En 1998, le Canada a signé un protocole d'entente pour collaborer avec Hong Kong dans le domaine des TIC. Le protocole d'entente a pour objectif premier de promouvoir et de faciliter la formation de partenariats commerciaux et technologiques. Dans le cadre du protocole d'entente, des missions commerciales réciproques centrées sur les TIC ont été organisées en septembre 1998 et en février-mars 1999.

Télécommunications : Hong Kong possède l'une des infrastructures de télécommunications les plus modernes d'Asie. Plaque tournante régionale pour les communications, Hong Kong est aussi la porte de la Chine continentale, le plus grand marché de télécommunications au monde.

Hong Kong compte 3,7 millions de lignes urbaines et 4,7 millions de téléphones. Avec quatre fournisseurs locaux de service fixe, Hong Kong est l'un des marchés les plus libres d'Asie. En outre, le Bureau de l'administration des télécommunications n'a imposé aucune limite sur le nombre de prestataires de services qui peuvent, à partir de janvier 1999, utiliser les réseaux exploités par les quatre sociétés. De plus, les abonnés peuvent en toute liberté changer de prestataire tout en gardant le même numéro de téléphone. Le marché du service fixe s'ouvrira encore davantage en 2003.

Les services extérieurs de télécommunications sont complètement libéralisés. Outre le service automatique international, la revente simple internationale et les nouvelles technologies, notamment la téléphonie Internet, sont autorisées dans le cadre des licences octroyées pour les services extérieurs. Pour l'année 1998, jusqu'en décembre, la durée des appels en provenance et à destination de l'étranger a atteint 3,7 milliards de minutes. Dans plus de 80 % des cas, il s'agissait de liaisons phoniques.

En ce qui a trait à la téléphonie mobile, Hong Kong possède le taux de pénétration le plus élevé au monde. En 1998, on comptait 2,8 millions d'abonnés, desservis par six sociétés exploitantes de téléphonie mobile.

Technologies de l'information : Le chef de l'exécutif de Hong Kong envisage de faire de la région un leader dans l'ère nouvelle de l'information. Afin de réaliser cet objectif, le gouvernement a adopté, en 1998, la « stratégie des technologies de l'information : numérique 21 (Digital 21) » pour assurer que Hong Kong puisse continuer à soutenir la concurrence étrangère en renforçant son infrastructure de TI, notamment grâce à la création d'une industrie locale des TI.

Dans le cadre de la stratégie, le gouvernement a instauré le Bureau des technologies de l'information et de la radiodiffusion (ITBB) afin de coordonner l'utilisation des TI et la politique régissant ce secteur. D'autres initiatives entreprises dans le cadre de la stratégie comprenaient l'établissement d'un fonds de soutien de l'industrie pour la recherche-développement dans le domaine des TI, des programmes incubateurs d'entreprises, un parc des sciences qui sera ouvert en 2001 et un fonds de 1 milliard de dollars destiné au financement de projets particuliers dans les secteurs de la fabrication et des services. D'autres projets semblables visent également à encourager l'expansion du secteur des TI à Hong Kong, notamment la Commission de l'innovation et de la technologie, qui relève du chef de l'exécutif, et le projet « Cyberport » réalisé conjointement par les secteurs public et privé.

Le dénominateur commun de ces projets est la promotion du commerce électronique. Dans le cadre de la stratégie « Digital 21 », le gouvernement consacrera 34 millions de dollars au projet de prestation des services électroniques, qui permettra aux consommateurs d'avoir accès aux services publics et à l'information 24 heures sur 24 via Internet et d'autres moyens électroniques.

Débouchés

Voici certains des principaux débouchés du point de vue de la position concurrentielle du Canada :

- ◆ Internet et les intranets pour le réseautage des entreprises;
- ◆ les technologies du commerce électronique;
- ◆ l'intégration téléphonique par ordinateur;
- ◆ l'impartition du soutien des réseaux et des services de consultation;
- ◆ l'élaboration d'un contenu multimédia, notamment pour la télévision.

Contraintes

Le plus souvent, les logiciels canadiens doivent être adaptés aux besoins de ce marché. Bien que le gouvernement de Hong Kong ait redoublé d'efforts pour lutter contre le piratage des logiciels, les problèmes concernant la propriété intellectuelle demeurent particulièrement préoccupants à Hong Kong.

Plan d'action

Dans ce secteur, les objectifs du Plan d'action visent à accroître de 10 % par an les exportations canadiennes des TIC à Hong Kong à l'aide des moyens suivants :

- ◆ fournir aux exportateurs canadiens les dernières nouvelles du marché et les renseignements commerciaux les plus récents;
- ◆ recommander le Canada comme partenaire privilégié pouvant offrir des technologies de pointe concurrentielles et innovatrices, en se concentrant sur les principaux associés du secteur des TIC à Hong Kong, notamment les exploitants du réseau téléphonique, la Fédération des TI de Hong Kong, les principaux distributeurs et fournisseurs de services de TI et les ministères gouvernementaux;
- ◆ faire mieux connaître le Canada en tant qu'économie tributaire de la technologie et partenaire commercial et coinvestisseur privilégié dans divers secteurs comme le commerce électronique, le contenu multimédia et les logiciels de développement.

Pour atteindre ces objectifs, le consulat général du Canada à Hong Kong prendra les mesures suivantes :

- ◆ organiser une mission à Hong Kong qui coïncidera avec la tenue de l'exposition sur l'infrastructure des TI (Hong Kong Information Infrastructure Expo) en mars 2000, avec l'aide d'Industrie Canada, de l'Association canadienne de la technologie de l'information (ITAC), de l'ITBB et du Conseil de développement commercial de Hong Kong (Hong Kong Trade Development Council);
- ◆ aider les entreprises canadiennes à trouver des associés à Hong Kong pour adapter et personnaliser les produits ainsi que pour les activités de commercialisation et de distribution en Chine continentale;
- ◆ fournir régulièrement des informations commerciales complètes à l'aide des moyens suivants :
 - des profils de marché mis à jour sur les secteurs des télécommunications, de la transmission de données, de l'informatique et des logiciels à Hong Kong;
 - un bulletin bimestriel sur le secteur des TIC à Hong Kong.

Afin d'encourager une collaboration plus étroite, notamment sur les plans commercial, de l'investissement et des partenariats dans le domaine technologique, comme il l'a fait chaque année depuis 1996, le consulat général envisage pour l'instant d'organiser une mission au Canada avec l'aide d'Industrie Canada, de l'ITAC, de l'ITBB et du Conseil de développement commercial de Hong Kong. La mission serait composée d'exploitants de réseaux téléphoniques locaux, de représentants de la Fédération des TI de Hong Kong ainsi que des principaux distributeurs et fournisseurs de services de TI et devrait coïncider avec la tenue de l'exposition Softworld 2000, qui aura lieu à l'automne de l'an 2000.



Ressources naturelles — Mines, minéraux, équipement et services connexes

Contexte commercial

Chine continentale

La Chine est l'un des rares pays du monde à posséder des ressources relativement abondantes pour presque tous les types de minéraux. Elle a des réserves prouvées de 154 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 mondial pour ce qui est de 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 d'acier et l'un des principaux producteurs d'or, et un exportateur net d'un grand nombre de minéraux tels que le molybdène, le tungstène, le zinc et les terres rares. Malgré ses ressources abondantes, ses réserves et sa consommation par habitant sont inférieures à la moyenne mondiale. La Chine se classe aussi au deuxième rang mondial des principaux producteurs de métaux non ferreux, avec une production de 5,94 millions de tonnes de 10 métaux non ferreux importants en 1998, en hausse de 10,94 % par rapport à 1997.

Ces dernières années, la production de minéraux et de métaux s'est accrue considérablement en Chine. Des pénuries d'approvisionnement qui duraient depuis longtemps se sont traduites par une surproduction de la plupart des produits de base. Étant donné que les cours mondiaux sont bas, de nombreuses entreprises chinoises, qui se caractérisent par des coûts de production élevés et une technologie obsolète, produisent à perte. Afin de rationaliser l'exploitation des minéraux et de mieux protéger l'environnement, le gouvernement applique des mesures concrètes comme la fermeture de plusieurs petites entreprises non rentables et la limitation de la production de charbon, de la plupart des métaux non ferreux, des métaux des terres rares, de l'acier et d'autres minéraux en 1999 et 2000.

Une réorganisation des organes gouvernementaux chinois liés à l'exploitation minière a eu lieu en 1998, et il existe à présent une forte tendance visant à privatiser les entreprises chinoises de production en les soustrayant au contrôle direct du gouvernement. Cette nouvelle approche améliore pour l'instant les conditions d'exploitation qui se présentent aux sociétés étrangères. Toutefois, par rapport à beaucoup

d'autres nouveaux marchés, le marché chinois se caractérise encore par un manque relatif de transparence, des tracasseries administratives et des obstacles entravant l'accès aux marchés.

Selon certains experts, 70 % de toutes les importations d'équipement minier en Chine sont destinées à l'industrie du charbon. Comme dans de nombreux secteurs, le matériel fabriqué en Chine devient de plus en plus varié et perfectionné. Par ailleurs, le contrôle de la qualité continue de poser un problème, mais les prix sont en général bien inférieurs à ceux de l'équipement étranger. Des sociétés étrangères, notamment celles qui produisent du matériel en Chine, ont dit s'inquiéter du fait que les entreprises chinoises jouissent encore de certaines formes de subventions et de préférences accordées aux « achats sur le marché local ». Par ailleurs, les réformes du marché incitent de plus en plus les sociétés chinoises d'exploitation minière et de transformation de minéraux à rechercher des investissements en équipement destiné à accroître la productivité. Cette évolution se traduit par une nouvelle optique à l'égard de l'expertise étrangère et des technologies de pointe. La forte demande de ce type d'équipement devrait se maintenir au moins jusqu'au début du prochain millénaire, et elle pourrait même se renforcer si les réformes de la politique minière ne s'écartent pas de la voie tracée.

Hong Kong

Hong Kong, qui ne possède pas de ressources naturelles, est pourtant un important centre de commerce des métaux et des minéraux. La facilité d'accès à l'information, la qualité du réseau de communications, l'absence de contrôle des devises ainsi que l'efficacité des services bancaires et d'expédition contribuent à la prospérité de Hong Kong en tant que plaque tournante du commerce. Les sociétés commerciales internationales et les « entreprises miroirs » chinoises établies à Hong Kong sont des acheteurs potentiels de produits canadiens comme la potasse, le soufre, l'alcool méthylique, l'aluminium, le nickel et le zinc, qui peuvent en fin de compte être réexportés en Chine continentale.

Débouchés

La Chine est en train de perdre lentement sa position de pays présentant un risque très élevé pour les investissements miniers. L'intensification des réformes dans le secteur minier ainsi que les améliorations progressives dans le domaine de la libéralisation de l'investissement étranger commencent à faire de la Chine un centre qui présente plus d'intérêt pour les sociétés canadiennes d'exploration

et d'exploitation minières. Au moment de la rédaction du présent rapport, des sociétés canadiennes d'exploitation minière élargissaient leur activité d'investissement, surtout dans les secteurs de l'or et des métaux non ferreux. L'investissement étranger dans l'exploration revêt un caractère de plus en plus prioritaire pour les administrations publiques chinoises à l'échelle nationale et, en particulier, dans les provinces peu développées du Nord-Est, de l'Ouest et du Sud-Ouest du pays. On met l'accent sur la découverte et l'exploitation de nouveaux gisements de minerai de fer, de cuivre, d'or, d'argent, de zinc, d'uranium et de phosphore.

La rationalisation et la concurrence accrues dans le secteur minier, conjuguées à des normes environnementales plus rigoureuses, offrent également de nouveaux débouchés dans plusieurs créneaux du marché chinois aux entreprises canadiennes qui fournissent de l'équipement et des services. Ces possibilités comprennent :

- ◆ la gestion des résidus miniers;
- ◆ le réaménagement des sites;
- ◆ la technologie et les produits de fonderie;
- ◆ les méthodes sûres de production et d'élimination des minéraux et des métaux;
- ◆ les applications informatiques haute technologie;
- ◆ le système mondial de localisation (GPS);
- ◆ la technologie de pointe du forage;
- ◆ les applications axées sur l'efficacité énergétique;
- ◆ la réduction des émissions des gaz à effet de serre;
- ◆ de façon générale, l'amélioration de la productivité et les applications visant à prolonger la durée d'utilisation des matériaux et des produits.

Les entreprises canadiennes qui sont prêtes à accroître leur potentiel d'adaptation des produits et de transfert de technologie ou leur expertise et à offrir un financement auront de meilleures chances de réussir en Chine.

La Chine demeure un grand importateur des métaux et des minéraux suivants : concentrés et déchets de minerai, concentrés de cuivre, alumine, potasse, soufre, phosphore et amiante.

Contraintes

Étant donné que la Chine est un vaste marché décentralisé et en évolution rapide, il faudra consacrer beaucoup de temps et de ressources à l'expansion de ce marché. Pour l'équipement et les services, l'importante capacité locale de production de matériel classique pose un défi supplémentaire. Pour les produits plus raffinés, la concurrence étrangère est bien établie et acharnée. De nombreuses exploitations minières ont eu tendance à acheter du matériel chinois de moindre qualité en raison du resserrement des budgets et des limites qu'impose le contrôle des devises. En général, il n'est pas facile d'avoir accès à l'information sur le marché et les renseignements commerciaux sont peu fiables. En ce qui a trait à l'exploration et l'exploitation minières, les entreprises canadiennes font encore face à un cadre réglementaire imprévisible et à une paperasserie considérable à divers paliers de l'administration publique.

Plan d'action

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

- ◆ produire des études sectorielles sur l'or, les métaux non ferreux et l'équipement minier;
- ◆ aider les entreprises canadiennes à exporter et à coinvestir, et surtout les appuyer pour qu'elles puissent naviguer entre les écueils des exigences administratives et réglementaires;
- ◆ découvrir, analyser et influencer les nouveaux règlements et politiques qui ont une incidence sur le contexte de l'investissement minier;
- ◆ mieux faire connaître aux Chinois l'expertise canadienne en organisant des missions en Chine, ainsi que des salons et des séminaires commerciaux;
- ◆ promouvoir les intérêts des sociétés canadiennes grâce aux groupes de travail Canada-Chine qui portent sur les minéraux et les métaux.

Ressources naturelles — Pétrole et gaz

Contexte commercial

Afin d'accroître sa compétitivité, on a procédé à une réorganisation et à une restructuration administrative majeures de l'industrie pétrolière chinoise après la séance de mars 1998 du Congrès national du peuple. Les champs pétrolifères, les raffineries, les sociétés pétrochimiques, les fabricants de fibres chimiques et les stations-service, qui étaient sous le contrôle de la China Petroleum and Natural Gas Group Corporation (CNPC), de la China National Petrochemical Group Corporation (SINOPEC), et de l'ancien ministère de l'Industrie chimique, relèvent maintenant de deux sociétés de portefeuille à intégration verticale — CNPC et SINOPEC — le fleuve Jaune servant de ligne de démarcation géographique qui délimite leur compétence. Une société beaucoup plus petite, China New Star National Petroleum Corporation, demeure en activité et est autorisée à nouer des relations avec des entreprises étrangères. Les activités en mer relèvent du mandat de la China National Offshore Oil Corporation (CNOOC).

La compétence en matière de réglementation incombe à présent à l'Administration nationale de l'industrie chimique et du pétrole (SAPCI), qui vient d'être créée. La Commission de planification du développement de l'État (SDPC) fixe les objectifs macroéconomiques, ajuste les prix et met en oeuvre diverses réformes dans le secteur.

Débouchés

La stagnation de la production en provenance des anciens champs pétrolifères de la Chine et le développement intensif de nouveaux champs offrent aux entreprises canadiennes de services et d'équipements d'exploitation du pétrole et du gaz de nombreuses possibilités de fournir des technologies de pointe pour accroître la récupération de pétrole et exploiter de nouveaux champs. Afin de maintenir la production dans les champs pétrolifères de l'Est, la Chine aura un besoin croissant de technologies perfectionnées et de meilleures méthodes de gestion. Cette situation a donné aux pétrolières étrangères l'occasion de conclure des accords de récupération assistée et de partage de la production avec les exploitants des champs pétrolifères chinois ainsi que de vendre en Chine des technologies de pointe et du matériel d'avant-garde.

À mesure que la Chine continue d'investir dans des projets pétroliers à l'étranger, les entreprises canadiennes auront plus d'occasions de participer à un projet dirigé par la Chine à l'étranger. Compte tenu de la renommée internationale de l'expertise canadienne dans ce secteur et du caractère amical de nos relations bilatérales, la collaboration d'un pays tiers est une approche viable pour les sociétés canadiennes qui s'intéressent au marché d'exportation.

Bien que la Chine dispose de vastes réserves de gaz naturel, leur utilisation est limitée par l'éloignement des gisements de gaz et l'insuffisance des infrastructures de transport. Dans le cadre de sa stratégie en vue de réduire les pénuries d'énergie et de diversifier ses sources d'approvisionnement, la Chine est résolue à établir un réseau de gazoducs transnationaux et nationaux. Les progrès ont été lents à cause de la faiblesse des prix du gaz, des problèmes de financement et du manque de coopération de la part des pays voisins. Par ailleurs, le réseau de gazoducs est une réalité dans la stratégie énergétique globale de la Chine, et il offre des possibilités. À titre d'exemple, la Chine encourage maintenant l'utilisation du gaz naturel pour remplacer le charbon et l'essence.

Contraintes

La difficulté d'accès aux principales régions d'exploration, la complexité de la réglementation et l'instabilité des politiques régissant la réforme des prix figurent au nombre des obstacles qui empêchent les entreprises étrangères de participer aux activités d'exploration et d'exploitation du pétrole et du gaz en Chine.

Plan d'action

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

- ◆ la faire mieux connaître l'expertise canadienne aux décideurs chinois grâce à des échanges, des expositions et des missions de formation;



CNPC — Le Centre du pétrole de l'Alberta favorise le développement et le transfert de la science et de la technologie de pointe entre le Canada et la Chine. Pour plus d'information sur les débouchés dans le secteur du pétrole, consultez son site Web à <http://www.altabjo.cn.net>

- ◆ la surveiller l'évolution de la politique d'exploitation pétrolière et gazière en Chine afin de fournir aux entreprises canadiennes des informations utiles sur les débouchés que peut offrir le secteur;
- ◆ la faire valoir le rôle de partenaires fiables et compétents que les sociétés canadiennes peuvent jouer dans les projets réalisés par la Chine à l'étranger.

Transports

Chine continentale

Contexte commercial

Malgré des améliorations considérables et constantes, et bien que la Chine ait reconnu l'ampleur de la tâche qui l'attend, l'infrastructure chinoise des transports continue de former un goulot d'étranglement qui retarde l'expansion commerciale. La Chine demeure toutefois le plus grand marché potentiel d'infrastructure au monde, ce qui crée de formidables débouchés pour les ingénieurs, fournisseurs et investisseurs canadiens.

Aviation : Au cours de la période de 1986 à 1996, le volume du transport aérien de passagers s'est accru de 16 % par an, avant que la crise financière en Asie ne réduise la croissance à 1,5 % seulement en 1998. Depuis lors, les taux de croissance se sont quelque peu raffermis, et tant Airbus que Boeing — les principaux fournisseurs d'avions à la Chine — ciblent encore la Chine comme leur principal marché de croissance. Des débouchés commencent maintenant à apparaître dans l'industrie aéronautique régionale, allant de pair avec l'expansion de l'infrastructure de l'aviation chinoise et un marché plus exigeant pour le transport de passagers.

La croissance du transport aérien de passagers et de marchandises alimente un programme nécessaire et ambitieux de construction, d'expansion et de modernisation des aéroports dans tout le pays. En 1999, Beijing et Shanghai ont ouvert d'importants nouveaux aéroports internationaux, et Guangzhou, Hangzhou, Nanjing et Fuyang sont en voie de réaliser leurs propres projets de grande envergure. Jusqu'ici, en 1999, 27 projets d'aménagement aéroportuaire sont en cours. Les règlements régissant la gestion et

l'investissement étrangers ont été quelque peu assouplis afin d'attirer davantage l'expertise et les capitaux étrangers.

Avec un budget prévu d'environ 1,8 milliard de dollars, la Chine progresse dans la réalisation de ses projets de création de quelque 10 grands centres régionaux de contrôle de la circulation aérienne.

Transport ferroviaire et maritime : Le secteur des chemins de fer chinois, l'un des derniers bastions de l'économie planifiée, a été pendant des décennies un monopole énorme, inébranlable et tentaculaire. L'émergence d'un réseau routier, qui se produit maintenant en Chine, place ce monopole face à un concurrent sérieux, ce qui devrait entraîner une réforme et une modernisation spectaculaires au sein du secteur des chemins de fer chinois. Des projets sont en cours en vue de construire d'ici 2005 un réseau ferroviaire destiné à relier les trois principales régions économiques de la Chine, c'est-à-dire le Nord-Est, le golfe de Bohai et le delta du Yangzi. À l'heure actuelle, des discussions se déroulent au sujet du service de trains à grande vitesse qui relierait Beijing à Shanghai, et un projet pourrait être entrepris dès l'an 2000. Un service de trains électriques atteignant 200 km/h et construit à l'aide de technologie européenne a été instauré dans le corridor très rentable Guangzhou-Shenzhen-Hong Kong, en Chine méridionale.

Le fait que plus de 80 % des conteneurs reçus aux ports chinois ou expédiés à partir de ces ports ne parcourent pas une distance de plus de 50 km au-delà du terminal maritime reflète les carences du réseau de transport. Le gouvernement chinois et les spécialistes des banques de développement international sont conscients du problème, et des travaux sont en cours afin d'améliorer nettement l'efficacité du transport intermodal en Chine.

Expansion des aéroports — Projections pour 2005

	Passagers (millions)	Fret (tonnes)
Hong Kong	35	3 000 000
Beijing Capital International	35	780 000
Shanghai Pudong International	20	500 000
Guangzhou Hua Du	27	800 000
Chongqing	5	110 000

Source : Rapport commercial sur la Chine et missions canadiennes

Dotée d'un littoral qui s'étend sur 18 000 km, de grands bassins fluviaux et de vastes réseaux de canaux, la Chine possède aussi une industrie de transport maritime et une infrastructure portuaire très importantes. Chaque année, 1,3 milliard de tonnes de marchandises passent par plus de 2 000 ports qui ont une capacité d'au moins 10 000 tonnes. La construction navale est également une activité économique clé, bien que l'industrie chinoise fasse face à la concurrence redoublée de la Corée et du Japon à la suite de la crise financière en Asie.

Transport routier et automobile : Bien qu'en 1998, la Chine soit devenue le 10^e producteur mondial d'automobiles (1,6 million de véhicules), la majeure partie de l'industrie chinoise de l'automobile ne peut pas soutenir la concurrence internationale. Toutefois, grâce aux investissements importants effectués par des multinationales du secteur de la fabrication d'automobiles comme General Motors, Volkswagen et Honda, le secteur chinois de l'automobile est en train de prendre une expansion considérable et de se transformer sensiblement. Le regroupement des sociétés plus petites et moins efficaces fabriquant des automobiles et des camions se poursuivra pendant quelques années.

L'infrastructure routière prend de l'expansion parallèlement à la croissance rapide du nombre d'automobilistes. En 1996, la Chine a entrepris un projet de construction d'un réseau de routes nationales (NTHS) de 35 000 km. Les quatre premières routes principales (12 000 km) seront achevées et ouvertes à la circulation en 2002. Outre le réseau NTHS, les gouvernements provinciaux ont également établi leurs propres projets de construction de routes et construisent à présent des autoroutes pour faciliter le transport sur le territoire de leur province. Dans la plupart des grandes villes, les réseaux routiers urbains sont continuellement élargis et améliorés pour qu'ils puissent suivre l'augmentation du nombre d'automobilistes.

Débouchés

L'expansion des aéroports et les systèmes de contrôle de la circulation aérienne donnent à l'industrie canadienne une bonne occasion de faire valoir son expertise et sa technologie de pointe, qui peuvent aller de la conception à la fourniture d'équipement, en passant par les services de consultation. La participation étrangère à l'exploitation et à la gestion d'aéroports en Chine est un projet de plus en plus viable qui pourrait tirer parti de l'expertise canadienne en matière de planification et d'expansion commerciales.

De nombreux pilotes chinois ont été formés au Canada, et des possibilités de formation continueront d'être offertes dans ce domaine à mesure que la flotte aérienne prendra de l'expansion.

Quinze villes chinoises ont demandé au gouvernement central l'autorisation de construire des réseaux de métro ou de transport urbain par train léger d'une valeur de 25 milliards de dollars. Malgré une croissance à deux chiffres pour le réseau routier urbain, la construction ne réussit toujours pas à suivre l'augmentation du nombre de véhicules. Les entreprises canadiennes qui peuvent offrir des solutions au problème de l'engorgement dans les villes et sur les grands-routes trouveront des débouchés en Chine.

La bonne réputation dont jouit le Canada dans le secteur des systèmes de transport intelligents constitue un atout important pour l'application de solutions tributaires de la technologie canadienne en vue de résoudre des problèmes essentiels de transport. Le défi consistera à convertir cette réputation en occasions d'affaires.

Étant donné que de plus en plus de fabricants nord-américains d'automobiles renforcent leur présence en Chine, les fabricants canadiens de pièces d'automobile peuvent profiter des relations fournisseur-assembleur qui existent déjà pour vendre leurs produits sur le marché chinois de l'automobile. Un projet de vente en Chine exigera presque inévitablement un engagement à établir des installations d'assemblage ou de fabrication sur place, mais pourrait permettre une implantation dans l'un des marchés les plus prometteurs au monde.

Contraintes

La Chine, comme d'autres pays en développement, ne dispose pas des fonds nécessaires pour acheter des produits étrangers. Souvent, notamment dans le cas des projets d'infrastructure de grande envergure, la Chine exige des fournisseurs d'équipement qu'ils assurent le financement des exportations, prennent les dispositions requises pour financer les projets ou effectuent les investissements directs nécessaires pour conclure la transaction.

En général, les droits de douane sont élevés. Cette question sera, avec le temps, abordée dans le cadre du processus d'adhésion à l'OMC, mais les droits de douane demeureront longtemps un obstacle au commerce. L'établissement d'installations de fabrication ou d'assemblage en Chine est fortement recommandé comme moyen de réduire les coûts de production.

Les services sont encore sous-évalués comparativement aux produits proprement dits. Par conséquent, les services d'ingénierie seront commercialisés de façon plus efficace s'ils figurent dans une transaction globale.

Les exportateurs de matériel de défense, de matériel aérospatial et de certains équipements de transport, entre autres, 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.

Plan d'action

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

- ◆ mieux faire connaître aux Chinois les produits, services et technologies du Canada sur le plan des transports et les inciter à s'y intéresser davantage en organisant des missions, des foires commerciales, des séminaires techniques et des services d'approche ciblée;
- ◆ fournir aux entreprises canadiennes de l'information et des conseils utiles sur les nouvelles occasions d'affaires que présente l'expansion de l'infrastructure chinoise des transports, en insistant surtout sur les projets des administrations locales et du secteur privé;
- ◆ faire valoir l'expertise des organismes gouvernementaux oeuvrant dans le secteur canadien des transports et tirer parti de la création de liens et de programmes de collaboration pour promouvoir les intérêts commerciaux du Canada;
- travailler en étroite collaboration avec des sociétés canadiennes et des associations de l'industrie pour chercher à découvrir d'importants débouchés pour les nouvelles technologies, notamment les systèmes de transport intelligents et les technologies de conversion des véhicules à un carburant de remplacement.

Hong Kong

Contexte commercial

Le gouvernement de la Région administrative spéciale de Hong Kong ambitionne de poursuivre l'expansion de son infrastructure de transport de calibre international. La troisième étude complète sur les transports, achevée en 1997, formulait une stratégie applicable au réseau local jusqu'en 2016.

De 1999 à 2002, les dépenses totales affectées à la construction de routes seront de 4,8 milliards de dollars. Une somme additionnelle de 9,6 milliards de dollars a été mise en réserve pour la réalisation des projets après 2002. Hong Kong est une importante vitrine pour d'autres provinces de la Chine continentale. En 1998, les entreprises canadiennes ont fourni à Hong Kong du matériel de transport et des services de consultation d'une valeur de plus de 90 millions de dollars.

Transport en commun : Le gouvernement poursuit sa libéralisation du marché du transport en commun et la privatisation de sa participation directe. On a encouragé les exploitants d'autobus à adopter des systèmes de gestion du parc de véhicules, de perception automatique du tarif et de renseignements aux voyageurs afin de fournir des services plus fiables et plus confortables aux voyageurs. Le réseau ferroviaire et de métro sera considérablement élargi. Les travaux suivants seront effectués :

- ◆ La construction de la ligne de l'Ouest, d'une valeur de 12,3 milliards de dollars, de la Kowloon Canton Railway Corporation, sera achevée en 2004.
- ◆ Le prolongement de la ligne de l'Est, qui consiste en trois nouveaux embranchements à Lok Ma Chau, Ma On Shan et Tsimshatsui, débutera en 2000.
- ◆ L'extension du service de la Mass Transit Railway Corporation vers Tseung Kwan O, qui avait commencé à la fin de 1998, sera terminée en 2002.
- ◆ La troisième étude effectuée par le gouvernement sur le développement stratégique des chemins de fer, qui dresse les plans de l'expansion du réseau ferroviaire de Hong Kong pour les deux prochaines décennies, sera publiée à la fin de 1999.

Technologies de l'information dans la gestion du transport : Huit centres régionaux de gestion du transport (ATCC) ont été établis dans diverses régions de Hong Kong afin de surveiller le débit de la circulation grâce à la télévision en circuit fermé, à des téledétecteurs, à des feux de circulation synchronisés et à des panneaux de signalisation variable. D'autres centres seront créés à l'avenir dans les « nouvelles villes ». Les principaux projets que le ministère des Transports réalisera prochainement consistent en la mise en oeuvre d'un système de tarification électronique et d'une base de données sur les transports.

Débouchés

Les entreprises canadiennes jouissent d'avantages concurrentiels importants dans les secteurs qui se rattachent aux transports, et elles auraient intérêt à rechercher les débouchés suivants :

- ♦ services de consultation pour la conception de routes, de tunnels et de ponts;
- ♦ matériel ferroviaire, notamment les unités électromotrices, les systèmes de signalisation ferroviaire et l'équipement d'entretien des gares et des voies;
- ♦ systèmes informatiques pour la gestion du parc de véhicules, la recherche de véhicules, la gestion du transport et les renseignements aux voyageurs;
- ♦ matériaux de construction pour les gares routières et de chemin de fer.

Contraintes

Les exportateurs canadiens font face à divers obstacles, notamment :

- ♦ La concurrence sur le marché local est acharnée. Des concurrents du monde entier sont présents dans ce marché.
- ♦ Les organismes et sociétés de transport en commun de Hong Kong ont adopté les règles de l'OMC régissant l'appel d'offres. Le processus d'appel d'offres est rigoureux et équitable. Les soumissionnaires doivent s'assurer que leurs dossiers sont bien préparés et complets. Les petites entreprises, ou celles qui n'ont pas recours à un représentant local, éprouveront beaucoup de difficulté à présenter un dossier et à décrocher des contrats.
- ♦ Les entreprises canadiennes qui n'ont pas d'associé sur place auront de la difficulté à préparer les dossiers d'appel d'offres, lesquels comprennent les conditions de l'installation et de la mise en service.

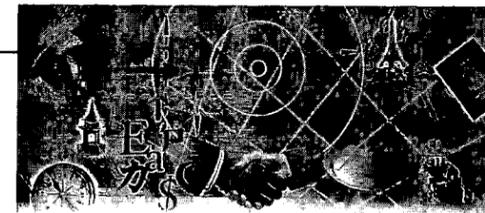
Plan d'action

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

- ♦ donner plus de visibilité aux produits et services que le Canada offre aux sociétés de transport et aux ministères du gouvernement de Hong Kong, et augmenter les ventes de 10 %;
- ♦ encourager les entreprises canadiennes à participer aux projets qui seront réalisés prochainement à Hong Kong;
- ♦ accroître la part du marché qu'occupe le Canada pour les principaux produits et services de transport, notamment le système électronique de renseignements aux voyageurs, les systèmes GPS et le système de contrôle de la circulation aérienne.

Pour réaliser ces objectifs, le consulat général à Hong Kong prendra les mesures suivantes :

- ♦ établir et maintenir des relations avec les hauts fonctionnaires du gouvernement et les cadres des sociétés locales de transport et veiller à ce que les entreprises canadiennes soient informées rapidement des nouvelles occasions d'affaires;
- ♦ rechercher les sociétés locales qui sont intéressées à former des associations stratégiques ou à servir d'agents aux sociétés canadiennes et assurer une liaison avec elles;
- ♦ faire connaître aux principaux acteurs sur le marché l'expertise et les compétences du Canada dans le secteur des transports, grâce à un appui sélectif et soutenu des missions, des séminaires et des foires commerciales en Chine et à l'étranger;
- ♦ assurer une liaison avec les responsables du gouvernement et les sociétés de Hong Kong par l'intermédiaire du Groupe de promotion du système de transport intelligent, sous l'égide du Hong Kong Institute of Engineers;
- ♦ fournir régulièrement aux sociétés canadiennes de l'information et des rapports mis à jour sur les faits nouveaux qui se produisent sur le marché local.



5. Pleins feux sur ...

Les industries culturelles

Contexte commercial

Le pouvoir d'achat et la connaissance des produits culturels étrangers s'intensifient en Chine. Cette tendance a engendré un esprit de consommation grandissant et une forte demande de produits culturels étrangers. C'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 des importations et des achats, et l'obligation de faire autoriser toute manifestation par les ministères concernés.

Débouchés

Étant donné que la Chine dépend d'une programmation importée, il existe des possibilités immédiates dans le domaine du cinéma, de la radio et, en particulier, de la télévision. La prolifération des chaînes de télévision spécialisées grâce à la transmission terrestre, par câble ou par satellite et la réputation du Canada de produire des émissions multiculturelles inoffensives qui ne portent pas à controverse ont permis la vente d'émissions pour enfants ainsi que 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, bien que les spectacles sur scène doivent habituellement être parrainés par une administration gouvernementale ou par une entreprise commerciale étrangère, ils se diversifient et deviennent de plus en plus profitables. Les spectacles qui se vendent le

mieux sont en général ceux qui s'adressent à la masse et aux familles.

Il existe un marché du livre en Chine quoique le gouvernement chinois continue de contrôler étroitement l'importation des livres étrangers. Si vous souhaitez vendre les droits d'un livre, la 8^e biennale de la Foire internationale du livre de Beijing se tiendra du 30 août au 4 septembre 2000. Cette manifestation vise à encourager le commerce du livre et du droit d'auteur ainsi que les échanges scientifiques et culturels.

Shanghai

Shanghai redevient rapidement le centre culturel de la Chine et l'on y trouve les auditoriums les plus sophistiqués et les plus exigeants du pays. Shanghai accueillera une des manifestations les plus importantes de Chine, le Festival du film et de la télévision de Shanghai, qui se tiendra chaque année à partir de novembre 2000. Il associera les activités de l'ancien festival du film et du festival de la télévision de Shanghai. De plus, une délégation de Shanghai se rend chaque année au Festival de télévision de Banff et visite Vancouver, Montréal, Ottawa et Toronto afin de cultiver des intérêts mutuels.

Chine méridionale

En raison de leurs installations de qualité et de leurs auditoriums exigeants, tant Guangzhou (autrefois Canton), la capitale de la riche province de Guangdong, que la ville de Shenzhen, sont d'excellents marchés pour les arts du spectacle. Les téléspectateurs de la Chine méridionale sont très internationalisés et comme bon nombre d'entre eux regardent les chaînes de Hong Kong (34 millions de téléspectateurs dans la province de Guangdong) et de Taïwan (2 millions de téléspectateurs dans la province de Xiamen, Fujian), les chaînes locales doivent présenter des émissions de même nature pour faire face à la concurrence sur le marché.

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. Il y a aussi un marché pour les arts de la scène et les arts visuels; il faut toutefois prévoir suffisamment de temps pour réserver à l'avance une salle convenable. Les émissions de radio et de télévision diffusées à partir de Hong Kong atteignent la Chine méridionale, et l'on estime qu'elles sont génératrices de tendances pour toute l'Asie. Hong Kong accueille de nombreuses foires commerciales régionales, y compris MIDEM Asia (2000) pour l'édition musicale et vidéo.

Contraintes

Certaines entreprises canadiennes qui font des affaires en Chine ont signalé au gouvernement canadien qu'elles ont connu des problèmes sur le plan de la propriété intellectuelle, en particulier le droit d'auteur et les marques de commerce. Le gouvernement canadien aimerait que l'on continue de l'informer de tous les incidents de violation des droits de propriété intellectuelle, notamment le piratage et la contrefaçon.

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 état de ses télécommunications ont fait de Hong Kong un centre international de services financiers, rôle que ce territoire a conservé (en tant que Région administrative spéciale) après sa rétrocession à la Chine en juillet 1997. Quant à la Chine, elle ne s'est lancée que récemment dans une libéralisation et une réforme modestes de son secteur des services financiers, mais ces changements sont déjà perceptibles. Bon nombre de banques détiennent maintenant des licences qui leur permettent d'effectuer des opérations limitées en devises locales. Six banques canadiennes sont présentes en Chine et à Hong Kong, bien qu'elles ne soient pas encore autorisées à exercer leurs activités en RMB.

Chine continentale

La Chine est en train de développer son secteur financier intérieur, 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.

Plus de 150 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 les 24 villes désignées par la Banque populaire de Chine. Elles ne gèrent actuellement qu'une très petite quantité d'actifs financiers. Au milieu de 1999, il n'y avait que 16 compagnies d'assurance étrangères, y compris deux compagnies canadiennes, autorisées à exercer leurs activités en Chine. Quatre-vingt autres attendent la permission de la Chine pour s'établir sur le marché.

Dans un contexte de vive concurrence pour l'obtention de licences, 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. Les institutions bancaires chinoises cherchent à rejoindre les normes internationales afin d'améliorer leur compétitivité. Il existe des possibilités dans le domaine des services de formation professionnelle qui pourraient les aider à atteindre cet objectif.

Hong Kong

Hong Kong est un grand centre financier international offrant des services bancaires de gros et de détail, de courtage en valeurs mobilières, de gestion de fonds, de capital-risque et d'assurance. Par exemple :

- ◆ La Bourse de Hong Kong est la deuxième bourse de l'Asie, avec une capitalisation de 500 milliards de dollars en mars 1999.
- ◆ Hong Kong est le centre régional de la gestion de portefeuilles, avec 130 compagnies de gestion de fonds gérant un total de 272 milliards de dollars.

- ◆ Hong Kong est le plus grand centre de capital-risque de l'Asie et gère 14,5 milliards de dollars — soit 30 % de l'ensemble des capitaux de la région.
- ◆ Plusieurs grandes compagnies d'assurance du monde entier se sont établies à Hong Kong. Les primes d'assurance-vie personnelle et commerciales ont augmenté de 17 % pour atteindre 4,4 milliards de dollars en 1997.

Les secteurs des fonds mutuels, du capital-risque, du marché des capitaux et de l'assurance de Hong Kong profiteront de deux nouveautés locales :

- ◆ Mandatory Provident Fund (MPF) (Fonds de prévoyance obligatoire) : La mise en oeuvre du MPF, qui commencera à percevoir des contributions en décembre 2000, permettra à l'industrie de disposer d'une grande quantité de fonds. Le MPF devrait injecter encore de 5,8 à 7,7 milliards de dollars supplémentaires au cours des 30 à 40 prochaines années jusqu'à ce que le système arrive à maturité.
- ◆ Growth Enterprises Market (GEM) (Marché des sociétés de croissance) : Le capital-risque et la gestion de fonds devraient tirer parti du deuxième prochain conseil, qui propose de faciliter les sorties pour les placements à risque.

Débouchés

Même si la concurrence est très forte, le marché présente d'excellentes possibilités.

- ◆ Les services offerts sur Internet ouvrent de nouvelles possibilités aux fournisseurs de services boursiers sur Internet, de cotations en temps réel et d'informations financières en direct.
- ◆ Compte tenu de la volatilité des marchés financiers, source de risques importants pour les banques et les maisons de courtage, les techniques de gestion du risque vont prendre de plus en plus d'importance.
- ◆ Pour que Hong Kong devienne un centre financier international d'avant-garde, il lui faudra innover sur le plan technologique. De nouveaux systèmes seront nécessaires pour le fusionnement de la Bourse avec le Marché à terme de Hong Kong de même que pour l'offre d'opérations bancaires et sur valeurs mobilières par l'entremise d'Internet, etc.

- ◆ Hong Kong est le principal centre de mobilisation de capitaux pour la Chine continentale. À mesure que la Chine continentale continue de libéraliser son secteur financier, de nouvelles possibilités s'offrent aux institutions financières de Hong Kong en ce qui concerne les opérations en devises locales (RMB), la gestion de fonds, le capital-risque et le marché des obligations asiatique. Les coentreprises avec les institutions financières de Hong Kong offrant des services financiers spécifiques seraient avantagées pour ce qui est de l'accès au marché.



Money World Asia, qui se tient chaque année en mai à Hong Kong, fait la promotion de services financiers auprès d'investisseurs particuliers de Hong Kong. Consultez le site <http://www.tdc.hk.org> pour obtenir des détails.

Les industries de la santé

Contexte commercial

Chine continentale

En raison de la croissance de l'économie et de la classe moyenne de la Chine, la demande pour de meilleurs soins de santé continuera d'augmenter considérablement. De pair avec les effets de la politique de l'enfant unique, ce qui voudra dire deux parents et quatre grands-parents pour chaque enfant, la demande augmentera également dans tous les aspects du secteur des soins de santé, notamment l'équipement médical de pointe, les produits pharmaceutiques, les hôpitaux privés, les foyers pour personnes âgées et les services funéraires.

La Chine possède une industrie pharmaceutique bien établie qui produit des médicaments traditionnels chinois pour le marché intérieur et dont les exportations génèrent des recettes en devises étrangères. Les fabricants locaux détiennent une part de marché totale de 75 %. Un grand nombre de fournisseurs provenant de divers pays se partagent les 25 % restants. Aucun pays en particulier ne domine le marché, mais le Japon, les États-Unis et les pays européens sont les plus actifs.

À cause des restrictions imposées par la Chine sur tous les secteurs, de nombreux investissements étrangers dans les soins de santé ne sont possibles que sous la forme de coentreprises. La réglementation impose également que certains types de transferts de technologie et certaines activités soient effectués en Chine, notamment les essais cliniques.

Mais c'est le financement qui constitue souvent l'obstacle principal, et les fournisseurs étrangers sont confrontés aux fluctuations d'un marché de plus en plus réglementé.

Hong Kong

L'équipement et les services de soins de santé représentent des possibilités de forte croissance à Hong Kong. La demande de produits médicaux et pharmaceutiques va continuer à prendre de l'expansion au même rythme que l'augmentation de la population, l'accroissement des attentes en matière de soins hospitaliers de qualité, le vieillissement de la population et les progrès de la science médicale et des soins de santé. Au milieu de 1999, Hong Kong compte 6,7 millions d'habitants, mais ce chiffre devrait passer à 8,2 millions d'ici 2016.

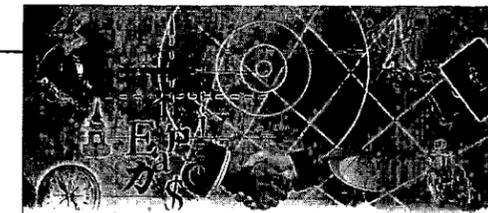
Dans une très large mesure, le marché des services médicaux est sous l'égide du gouvernement. Plus de 90 % des services médicaux sont fournis par la Hospital Authority (HA), un organisme d'État qui est responsable de la gestion de 44 hôpitaux et institutions publics. Selon son plan annuel 1999-2000, l'HA a l'intention d'ajouter 973 nouveaux lits en prévision des besoins accrus de services. L'enveloppe budgétaire affectée par le gouvernement (5,4 milliards de dollars) se répartira comme suit :

- ◆ 84 millions de dollars pour l'acquisition de projets d'immobilisations terminés;
- ◆ 19,4 millions de dollars pour le développement de TI à l'appui de la prestation de services cliniques;

- ◆ 54,6 millions de dollars pour l'achat de matériel et de véhicules supplémentaires de remplacement;
- ◆ environ 384,6 millions de dollars pour l'achat d'instruments médicaux et de médicaments.

Le marché est bien développé, ouvert, très compétitif et dominé par les produits importés. Il existe une forte demande pour l'équipement médical de pointe (électromédical, radiologique, chirurgical, laboratoires et instruments cliniques); les outils diagnostiques; les systèmes de TI; les produits pharmaceutiques génériques (médicaments pour usage humain, produits biologiques et vétérinaires); les suppléments nutritionnels; les médicaments sans ordonnance; les produits de réadaptation et les soins à domicile. La production locale d'équipement médical et de produits pharmaceutiques est peu étendue et se limite essentiellement aux produits chirurgicaux bas de gamme tels que les seringues et les aiguilles, les médicaments en vente libre et les remèdes chinois traditionnels. La télémédecine est une nouveauté à Hong Kong et se développe lentement. La géographie compacte de Hong Kong et l'infrastructure médicale de très grande qualité nuisent à l'expansion rapide de ce secteur prometteur d'expertise canadienne.

De plus, le gouvernement de Hong Kong a fait de la médecine traditionnelle chinoise l'une des grandes priorités de cette fin de siècle. Ce nouveau marché produira des alliances possibles avec le Canada en matière de transfert de technologie, de coentreprises et de recherche-développement en collaboration. Le succès dépend d'une présence locale et de bons services après-vente. En utilisant les voies déjà bien établies par les compagnies de Hong Kong vers la Chine, les compagnies canadiennes d'équipement médical et de produits pharmaceutiques peuvent accéder à ces marchés au moyen d'ententes de représentation et de distribution.



6. Points de contact

Assistance au Canada

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international — Direction de la Chine et de la Mongolie

De concert avec l'ambassade du Canada à Beijing, les consulats généraux à Shanghai, à Guangzhou et à Hong Kong ainsi que le consulat à Chongqing, la Direction de la Chine et de la Mongolie du MAECI à Ottawa assume la responsabilité générale des relations commerciales et économiques avec la Chine. Quoique de nombreux agents du MAECI s'occupent de dossiers ayant trait à la Chine, la Direction de la Chine et de la Mongolie est le meilleur point de contact initial.

Grâce à son réseau de relations et ses sources de renseignements commerciaux, la Direction de la Chine et de la Mongolie peut vous aider à évaluer votre marché-cible éventuel et vous conseiller, notamment en ce qui concerne l'accès au marché. Pour leur permettre de mieux vous aider, vous devez fournir au MAECI et aux missions du Canada en Chine le plus d'information possible sur votre entreprise et vos marchés-cibles. Il va sans dire que cette information est considérée comme confidentielle sur le plan commercial. Les renseignements que vous obtiendrez vous permettront de commencer à tirer parti du réseau de promotion du commerce du MAECI. Les agents de la Direction de la Chine et de la Mongolie sont quotidiennement en rapport avec les délégués commerciaux du Canada affectés en Chine.

Direction de la Chine et de la Mongolie
Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Téléphone : (613) 996-0905
Télécopieur : (613) 943-1068
Courriel : pcm@dfait-maeci.gc.ca
Site Web :
<http://www.dfait-maeci.gc.ca/china/>

Centres de services aux entreprises du Canada

Les Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) peuvent aider les nouveaux exportateurs à obtenir des informations sur les services, programmes et règlements gouvernementaux. Ces centres résultent de la coopération entre des organisations fédérales, provinciales et privées. Un CSEC a été établi dans un grand centre urbain de chaque province.

Chaque CSEC offre divers produits et services pour aider les clients à obtenir rapidement une information commerciale exacte et complète. Les CSEC réduisent au minimum les chassés-croisés téléphoniques, l'information inexacte et les services gouvernementaux faisant double emploi. Cela permet aux clients de prendre des décisions d'affaires éclairées. Pour en savoir plus sur les CSEC, voici les points de contact :

Centres de services aux entreprises du Canada
Téléphone : 1 888 811-1119
Site Web : <http://www.cbcs.org>

Centres de commerce international

Les Centres de commerce international (CCI) visent à aider les exportateurs d'expérience et les entreprises prêtes à exporter à tirer parti des débouchés qu'offrent les marchés étrangers. Les 12 CCI, situés dans les grandes villes du Canada, font partie d'un réseau d'agents commerciaux qui travaillent dans plus de 125 pays partout dans le monde. Ils veillent à ce que votre société reçoive l'information la plus pertinente pour ses besoins d'exportation. Les CCI ont pour mission de fournir aux exportateurs

canadiens des renseignements sur les marchés internationaux, les coentreprises et les possibilités de transfert de technologie, les missions et foires commerciales, et les conférences et colloques sur le commerce. Les sociétés qui élaborent leurs plans de commercialisation ont aussi intérêt à faire appel aux CCI avant de communiquer avec un délégué commercial à une des missions du Canada en Chine.

Utilisez la liste suivante pour trouver le CCI le plus proche :

	Téléphone	Télocopieur
St. John's	(709) 772-5511	(709) 772-5093
Charlottetown	(902) 566-7382	(902) 566-7450
Halifax	(902) 426-7450	(902) 426-5218
Moncton	(506) 851-6452	(506) 851-6429
Montréal	(514) 283-6328	(514) 283-8794
Toronto	(416) 973-5053	(416) 973-8161
Winnipeg	(204) 983-5851	(204) 983-3182
Regina	(306) 780-6124	(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

Réseau mondial d'information sur les exportations — WIN Exports

WIN Exports est la base de données informatisée du MAECI qui comprend des renseignements sur les exportateurs canadiens et leur expertise. Le système est utilisé par les délégués commerciaux au Canada et à l'étranger ainsi que par les partenaires d'Équipe Canada, c'est-à-dire les ministères fédéraux et



Inscription à WIN Exports
Pour vous inscrire à WIN

Exports, appelez sans frais au 1 800 551-4946.

Vous pouvez aussi obtenir un formulaire d'inscription en direct à : www.infoexport.gc.ca/section2/winexp-f.asp

provinciaux qui s'occupent de promotion du commerce international et les CCI, pour communiquer de l'information, tenir compte des services fournis et faire correspondre des sociétés comme la vôtre aux besoins des acheteurs étrangers.

Les délégués commerciaux canadiens utilisent la base de données de WIN Exports pour mieux connaître votre société et trouver des exportateurs canadiens afin de répondre aux dizaines de milliers de demandes qu'ils reçoivent chaque année d'acheteurs étrangers éventuels. L'information sur les sociétés fournie à WIN Exports peut être rapidement imprimée et communiquée aux acheteurs, importa-teurs, distributeurs et partenaires étrangers éventuels. WIN Exports permet également aux délégués commerciaux d'informer par télécopieur les entreprises canadiennes inscrites dans la base de données des événements dignes d'attention tels que les foires et missions commerciales, les séminaires et conférences, et les occasions d'affaires. Les entreprises qui figurent dans cette base de données reçoivent automatiquement CanadExport, le bulletin du MAECI portant sur le commerce. Veuillez noter que l'inscription est réservée aux exportateurs ou aux entreprises prêtes à exporter qui s'attendent à exporter dans un proche avenir.

Débouchés en Chine financés par des institutions financières internationales

La Banque mondiale (BM) et la Banque asiatique de développement (BAD) gèrent d'importants programmes en Chine, qui offrent des possibilités aux fournisseurs de biens et de services canadiens. Depuis cinq ans, la Chine est le principal destinataire des prêts de la BM et de la BAD en Asie. En 1998, la BM a versé environ 2,5 milliards de dollars américains pour des projets en Chine et, chaque année, la BAD prête à ce pays environ 1,2 milliard de dollars. La grande majorité des projets financés par les IFI appartiennent au secteur de l'infrastructure (transports, industrie et aménagement urbain) et sont liés en partie aux initiatives du gouvernement chinois visant à répondre aux besoins en matière d'infrastructure et à la croissance à court terme.

De concert avec la Direction du financement des exportations du MAECI, l'ambassade du Canada à Beijing et nos consulats généraux à Shanghai, Guangzhou et Hong Kong et notre consulat à

Chongqing étudient actuellement les moyens d'encourager les entreprises canadiennes à soumissionner en plus grand nombre pour les projets financés par les IFI. Les missions fourniront non seulement des renseignements sur la façon dont les décisions sur les contrats sont prises, mais donneront aux entreprises canadiennes des conseils pour soumissionner avec succès (par exemple, sur les propositions) et les mettront en contact avec des partenaires chinois éventuels. Les délégués commerciaux ont accès à un système de suivi de l'IFI Net, et peuvent fournir des renseignements à jour sur les projets en vue d'une soumission.

Pour plus de renseignements sur la stratégie du gouvernement à l'égard des IFI, veuillez consulter le site Web qui s'y rapporte (<http://www.dfait-maeci.gc.ca/ifinet>).

Financement à l'exportation

Société pour l'expansion des exportations

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

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

Services d'assurance à l'exportation

Les services d'assurance de la SEE comprennent les éléments suivants :

- ◆ assurance sur les ventes à crédit à court ou à moyen terme;
- ◆ assurance et garantie d'exécution à l'intention des soumissionnaires;

- ◆ assurance-cautionnement;
- ◆ assurance-équipement (risque politique);
- ◆ assurance-investissement à l'étranger.

Les polices d'assurance de la SEE protègent les exportateurs contre diverses pertes dues aux risques commerciaux et politiques, notamment :

- ◆ l'insolvabilité de l'acheteur;
- ◆ le défaut de paiement;
- ◆ le refus de prendre livraison de la marchandise;
- ◆ l'annulation du contrat;
- ◆ les problèmes de conversion de devises et de transfert;
- ◆ les guerres, les révolutions ou les insurrections qui peuvent entraîner des défauts de paiement;
- ◆ l'annulation par les gouvernements des licences d'importation et d'exportation;
- ◆ les appels injustifiés de lettres de garantie sur les soumissions et la bonne exécution du contrat;
- ◆ l'incapacité à rapatrier des immobilisations ou du matériel en raison de problèmes politiques.

Services de financement à l'exportation

Les services de financement de la SEE sont notamment les suivants :

- ◆ lignes de crédit auprès de banques et d'agences étrangères partout dans le monde;
- ◆ ententes d'achat de billets à ordre;
- ◆ prêts directs à l'acheteur;
- ◆ mécanismes de financement des risques liés aux projets.

Les services de financement de la SEE permettent aux exportateurs canadiens d'offrir à leurs clients une souplesse de financement à moyen et long termes, en particulier pour la vente de biens d'équipement et de services, prévoyant un remboursement étalé généralement sur une période allant jusqu'à 10 ans, selon la nature du produit ou du service. Aux termes des ententes de financement de la SEE, celle-ci verse directement les fonds à l'exportateur canadien. Toutes les transactions financées doivent respecter les critères habituels de la SEE relatifs aux retombées

importantes pour le Canada, à la capacité technique et financière de l'exportateur, et à la solvabilité de l'emprunteur et du pays.

Ouvrir des portes pour les PME

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

- ◆ L'Équipe des exportateurs en essor, qui a pour mandat exclusif d'aider les petites entreprises d'exportation à gérer les risques que comporte cette activité. Les exportateurs peuvent avoir accès à un membre de l'Équipe en composant le 1 800 850-9626. Les spécialistes de la petite entreprise peuvent immédiatement offrir une assurance et approuver les ventes à des acheteurs étrangers.
- ◆ L'Équipe des services financiers aux PME, qui coordonne toutes les initiatives de la SEE destinées aux PME exportatrices de biens d'équipement et de services.
- ◆ NORTHSTAR — Financement du commerce international Inc., qui, aux termes d'un partenariat conclu avec la SEE, aide les PME du Canada à renforcer leur avantage concurrentiel. Elle accorde des prêts à moyen terme (c'est-à-dire, pour une période de un à cinq ans) allant de 100 000 \$ à 5 millions de dollars aux acheteurs d'exportations canadiennes. Ces prêts n'exigent pas de garantie de remboursement de la part de l'exportateur étant donné que l'assurance de la SEE protège NORTHSTAR contre un défaut de paiement par l'acheteur. Ces dernières années, NORTHSTAR s'est beaucoup concentrée sur la Chine. Les exportateurs peuvent communiquer avec NORTHSTAR au 1 800 663-9288 ou consulter son site Web (<http://www.northstar.ca>).



Pour plus de renseignements sur l'aide que la SEE peut vous offrir pour mener des affaires en Chine, communiquez avec un bureau de la SEE —
téléphone : 1 800 850-9626,
télécopieur : (613) 598-6697 ou
courriel : export@edc-see.ca
Site Web de la SEE :
<http://www.edc-see.ca>

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

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

La Corporation commerciale canadienne

La Corporation commerciale canadienne (CCC) est une société d'État créée en 1946 pour aider les Canadiens à vendre leurs produits et leurs services à d'autres pays. La CCC joue un rôle de facilitateur du commerce international et d'entrepreneur principal, et offre toute une gamme de services de contrats. La CCC peut vous appuyer en vous aidant 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 dans le cadre d'une vente à l'exportation, la CCC garantit à l'acheteur étranger, au nom du gouvernement du Canada, que vous respecterez les conditions du contrat.

Au moyen du Programme de paiements progressifs (PPP), la CCC peut aussi aider les PME exportatrices qui ont de la difficulté à réunir des capitaux de roulement à cause de leur incapacité à obtenir des paiements anticipés auprès des acheteurs étrangers. Le PPP combine l'expertise de la CCC dans l'évaluation des risques que comportent les contrats avec les capacités de prêt commercial des institutions financières canadiennes. Lorsque la CCC appuie le projet d'exportation d'une petite entreprise au moyen du PPP, l'institution financière participante assure le financement préalable à l'expédition de la vente au-delà de la marge de crédit normale de l'entreprise.

Lorsque la marge de crédit appuyée par le PPP est en place, la CCC vérifie les travaux accomplis aux termes du contrat, et l'exportateur peut accéder aux paiements progressifs en conséquence.

Points de contact :

Corporation commerciale canadienne

Téléphone : (613) 996-0034 ou 1 800 748-8191

Télécopieur : (613) 995-2121 ou 947-3903

Courriel : info@ccc.ca

Site Web : <http://www.ccc.ca>

Programme de coopération industrielle — Agence canadienne de développement international

Le Programme de coopération industrielle de l'Agence canadienne de coopération internationale (ACDI-PCI), établi en Chine depuis 1982, encourage le secteur privé canadien à établir des relations d'affaires à long terme avec des partenaires de pays en développement. Si vous envisagez d'investir en Chine en régime de coentreprise ou en tant que propriétaire unique d'une nouvelle entreprise, l'ACDI-PCI peut participer aux frais d'exécution d'une étude de faisabilité et des composantes de développement du projet à l'étape de la mise en oeuvre dans des domaines comme la formation et la bonification des retombées environnementales et sociales.

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

Points de contact :

ACDI-PCI

200, promenade du Portage

Hull (Québec) K1A 0G4

Téléphone : (819) 953-5444

Télécopieur : (819) 953-5024

Courriel : info@acdi-cida.gc.ca

Site Web : <http://www.acdi-cida.gc.ca>

Assistance à l'étranger

Services des délégués commerciaux du Canada en Chine

Les délégués commerciaux ainsi que les agents et les adjoints commerciaux recrutés sur place en Chine font valoir activement les exportations de biens et de services canadiens, les débouchés internationaux et les investissements au Canada. Basée à l'ambassade du Canada à Beijing, aux consulats généraux du Canada à Shanghai, Guangzhou et Hong Kong et au consulat du Canada à Chongqing de même qu'à la Direction de la Chine et de la Mongolie, l'équipe fait la promotion des activités à valeur ajoutée et aide les fabricants et les fournisseurs de services canadiens en favorisant les projets avec la Chine. L'ambassade à Beijing entretient également des relations étroites avec les ministères et les administrations du gouvernement central chinois à l'appui des relations commerciales et des intérêts économiques.

Pour plus de renseignements, consulter le site Web des bureaux du Canada en Chine (<http://www.canada.org.hk>).

Ambassade du Canada — Beijing

19 Dongzhimenwai Street

Chaoyang District

Beijing 100600, Chine

Téléphone : (011-86-10) 6532-3536

Télécopieur : (011-86-10) 6532-4072

Courriel : bjing-td@dfait-maeci.gc.ca

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

Consulat général du Canada — Shanghai

Tower 4, Suite 604

Shanghai Centre

1376 Nanjing Xi Lu

Shanghai 200040, Chine

Téléphone : (011-86-21) 6279-8400

Télécopieur : (011-86-21) 6279-8401

Courriel : shngi@dfait-maeci.gc.ca

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

Consulat général du Canada — Guangzhou
Suite 801, China Hotel Office Tower
Liu Hua Lu
Guangzhou 510015, Chine
Téléphone : (011-86-20) 8666-0569
Télécopieur : (011-86-20) 8667-2401
Courriel : gzconcan@public.guangzhou.gd.cn

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

Consulat du Canada — Chongqing
Suite 1705, Metropolitan Tower
68 Zou Rong Lu, Yu Zhong District
Chongqing 400010, Chine
Téléphone : (011-86-23) 6373-8007
Télécopieur : (011-86-23) 6373-8026
Courriel : cdncon@public.cta.cq.cn

Territoire : municipalité de Chongqing; province de Sichuan.

Consulat général du Canada — Hong Kong
13th Floor, Tower 1
Exchange Square
Central, Hong Kong
Téléphone : (011-852) 2847-7414
Télécopieur : (011-852) 2847-7441
Courriel : canadatrade.hkong@dfait-maeci.gc.ca

Territoire : Régions sous administration spéciale de Hong Kong et Macau.

Associations commerciales



Conseil commercial Canada-Chine

Le Conseil commercial Canada-Chine (CCCC) est une association du secteur privé à but non lucratif constituée en société en 1978 pour faciliter et promouvoir le commerce et l'investissement entre le Canada et la RPC.

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

entre le Canada et la Chine, tant auprès du gouvernement que du grand public.

Le CCCC offre plusieurs services commerciaux qui peuvent aider les entreprises canadiennes à renforcer leurs activités commerciales sur le marché chinois, notamment :

- ◆ possibilités de création de réseaux, organisation d'événements et programmes d'information;
- ◆ politiques;
- ◆ recherche sur le marché;
- ◆ interprétation et traduction;
- ◆ programmes d'affaires;
- ◆ bureaux virtuels;
- ◆ publications :
 - un magazine bimestriel : *Canada China Business Forum*
 - un bulletin mensuel : *Memberlink*

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

Le CCCC a son siège à Toronto et d'autres bureaux à Vancouver, Beijing et Shanghai. Pour en savoir davantage sur l'adhésion au CCCC, ainsi que sur les services et activités offerts, veuillez utiliser les points de contact suivants :

Conseil commercial Canada-Chine

Siège social
180, rue Dundas Ouest, bureau 1502
Toronto (Ontario) M5G 1Z8
Téléphone : (416) 954-3800
Télécopieur : (416) 954-3806
Courriel : ccbc@istar.ca
Site Web : <http://www.ccbc.com>

Bureau dans l'Ouest canadien

515, Hastings Ouest, bureau 2600
SFU au Harbour Centre
Vancouver (Colombie-Britannique) V6B 5K3
Téléphone : (604) 291-5190
Télécopieur : (604) 291-5039
Courriel : alison_winters@sfu.ca

Bureau à Beijing
CITIC Building
19 Jianguomenwai Street, Suite 18-2
Beijing 100004
Téléphone : (011-86-10) 6512-6120 ou 6500-2255,
postes 1820, 1821, 1822
Télécopieur : (011-86-10) 6512-6125
Courriel : ccbc@chinaonline.com.cn.net

Bureau à Shanghai
South Tower, Hong Kong Plaza
283 Huai Hai Zhong Road, Room 1901
Shanghai 200021
Téléphone : (011-86-21) 6390-6791
Télécopieur : (011-86-21) 6390-7310
Courriel : ccbcsh@online.sh.com

Canadian Chamber of Commerce in Hong Kong

La Canadian Chamber of Commerce in Hong Kong (CCCHK) est une organisation de création de réseaux pour les personnes qui souhaitent avoir des relations d'affaires à Hong Kong, en Chine et en Asie. Créée en 1997, cette chambre de commerce du Canada est la plus importante à l'extérieur de nos frontières avec quelque 900 membres. La CCCHK organise souvent des activités à caractère commercial à Hong Kong, et elle publie le magazine bimestriel *Canada Hong Kong Business*.

Points de contact :

Canadian Chamber of Commerce in Hong Kong
Executive Director
Kinwick Centre, Suite 1003
32 Hollywood Road
GPO Box 10106
Central, Hong Kong
Téléphone : (011-852) 2110-8700
Télécopieur : (011-852) 2110-8701
Courriel : lale_kesebi@cancham.org
Site Web : <http://www.cancham.org>

Hong Kong-Canada Business Association

La Hong Kong-Canada Business Association (HKCBA), dont la création remonte à 1984, favorise le commerce et l'investissement entre le Canada et Hong Kong dans un vaste éventail de secteurs d'activités. 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, rue Temperance, 2^e étage
Toronto (Ontario) M5H 1Y6
Téléphone : (416) 368-8277
Télécopieur : (416) 368-4321



Annexe

Procédures de visa concernant les visiteurs chinois au Canada

En 1998, l'ambassade du Canada à Beijing a reçu plus de 37 000 demandes de visa de visiteur, pour un taux d'acceptation de 81,5 %. Les taux d'acceptation sont légèrement plus élevés pour les voyageurs d'affaires.

Une demande de visa est généralement rejetée, soit parce que les documents soumis à l'appui sont insuffisants, soit parce que la bonne foi du requérant en tant que visiteur soulève des doutes. La Chine figure en tête de liste pour ce qui est des arrivées à nos points d'entrée de personnes non munies des documents voulus (demandeurs du statut de réfugié). En outre, plus de 150 personnes entrées au Canada, en 1998, sous prétexte d'affaires ont, par la suite, demandé le statut de réfugié.

Afin d'assurer un traitement efficace des demandes de visa, nous recommandons ce qui suit.

1. Si vous avez l'intention d'inviter un homme ou une femme d'affaires, vous devrez lui fournir les documents suivants afin qu'il ou elle les joigne à sa demande de visa :

- ◆ une lettre d'invitation en bonne et due forme, comportant vos nom, prénom et titre, votre adresse d'entreprise, les numéros de téléphone et de télécopieur où l'on peut vous joindre ainsi que les nom et titre de la personne que vous invitez, et dans laquelle vous mentionnez la durée prévue de la visite, exposez brièvement la raison de l'invitation et indiquez qui doit payer les frais de voyage;
- ◆ des copies de tout autre document donnant un aperçu des affaires à traiter durant la visite ou précédemment traitées avec l'entreprise ou la personne que vous invitez, ce qui pourrait comprendre sans toutefois s'y limiter :

- une explication des circonstances dans lesquelles vous avez rencontré le demandeur;
- des contrats, bulletins de commande, lettres de transport ou ententes de services;
- les noms, titres et adresses ainsi que numéros de téléphone et de télécopieur de tiers avec lesquels vous avez organisé des rencontres pour le compte de la personne que vous invitez;
- une copie notariée du document indiquant votre statut en matière d'immigration (si vous êtes résident temporaire, afin de prouver que vous vous trouvez légalement au Canada).

2. De plus, si vous n'avez pas déjà invité des visiteurs d'affaires chinois, ou si vous ne l'avez pas fait au cours des deux dernières années, veuillez joindre une copie du document attestant votre inscription au registre du commerce canadien ainsi qu'une copie du sommaire du plus récent avis de cotisation (corporations) reçu de Revenu Canada. Le Service des visas reçoit, malheureusement, de plus en plus de lettres d'invitation frauduleuses ou fabriquées, soi-disant d'entreprises canadiennes.

Veillez à ce que votre invité chinois soumette ces documents à l'ambassade du Canada en même temps que la demande de visa.

Veillez compter au moins cinq jours ouvrables pour ce qui est du traitement des demandes de visa. Il peut y avoir d'autres retards si des vérifications supplémentaires ou une entrevue personnelle s'avèrent nécessaires.

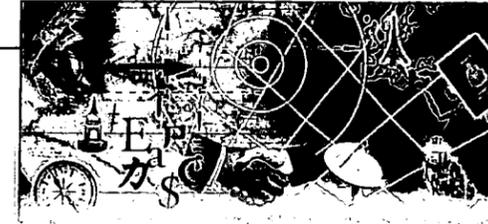
Tenez compte du fait que les procédures chinoises pour l'obtention d'un passeport et d'une autorisation de voyage sont longues et compliquées. En outre, comme beaucoup d'entreprises sont encore en grande partie dirigées par l'État, leurs représentants peuvent être considérés comme des fonctionnaires du gouvernement chinois, ce qui risque de ralentir le processus de demande de visa. Pour ce qui est des délégations officielles qui emploient un passeport de la Direction des affaires publiques, toutes les demandes de visa doivent être présentées à l'ambassade concernée par le ministère chinois des

Affaires étrangères (MAE). C'est là une exigence du gouvernement de la République populaire de Chine. Souvent, il faut plusieurs semaines au MAE pour soumettre les demandes dûment remplies à l'ambassade, recueillir les passeports et, enfin, les rendre à leurs titulaires une fois la décision prise par le Service de visas.

Préparé par Citoyenneté et Immigration Canada, en collaboration avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, la Direction de la Chine et de la Mongolie et l'ambassade du Canada à Beijing.



Notes



Notes



Notes

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



Équipe Canada inc • Team Canada Inc