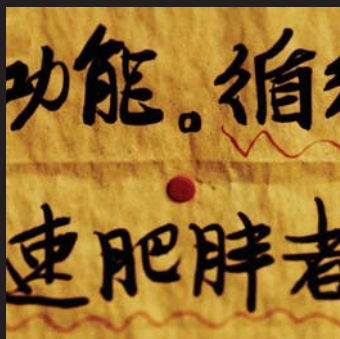
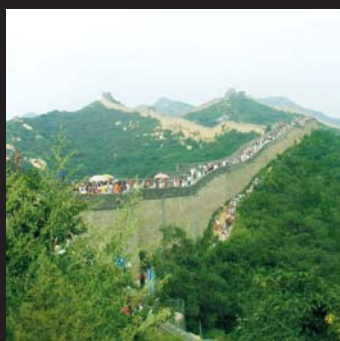


| Les dossiers Entreprises de la Caisse |



Faire des affaires en Chine



| Conditions de réussite et outils pratiques |



Caisse de dépôt et placement
du Québec



| Sommaire |

Quelles sont les perspectives de marché
en Chine pour les entreprises québécoises ? 3

*Portrait d'un marché plein de potentiel où
ne manquent ni les occasions ni les obstacles.*

Êtes-vous prêts pour la Chine ? 8

*Quel itinéraire doit-on suivre pour réussir
à s'implanter en Chine ?*

Deux ou trois choses que je sais de la Chine... 10

*Le choc des cultures est une réalité dont il
faut tenir compte avant de s'embarquer.*

Pour en savoir plus 11

| Pour en savoir plus |

Il existe quantité de sources d'information sur la Chine et l'Asie. En voici quelques-unes qui vous aideront à faire vos premiers pas.

| Ressources gouvernementales |

Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec (MDEIE)

www.mdei.gouv.qc.ca

L'onglet Exportation en page accueil vous donne accès à plusieurs ressources pour guider vos démarches.

Strategis

www.strategis.ic.gc.ca

Le site canadien des entreprises et des consommateurs fourni par Industrie Canada.

Exportation et Développement Canada

www.edc.ca

Documentation et solutions d'affaires pour les entreprises canadiennes qui souhaitent exporter.

CIA World Fact Book

www.cia.gov/cia/publications/factbook/

Site du Central Intelligence Agency offrant beaucoup d'information factuelle sur tous les pays.

China Internet Information Center

www.china.org.cn

Site officiel de la Chine. Une mine de renseignements non seulement économiques, mais politiques, sociaux, culturels, environnementaux, etc. Le portail est disponible en français et en anglais. Il y a même une section pour y apprendre les rudiments du chinois !

| Firmes de recherche |

Moyennant des frais, ces entreprises peuvent vous offrir des renseignements détaillés sur vos secteurs d'activité.

China Company Research Services

www.ccrs.info

Firme spécialisée dans la recherche sur toute entreprise chinoise. Recherches sur mesure selon vos besoins.

China Market Research

www.chinamarketresearch.com

Bonne ressource pour en savoir davantage sur les secteurs industriels en Chine.

Access Asia

www.accessasia.co.uk

Plus de 500 études de marché provenant de plusieurs portails. Les études coûtent de 275 \$ à 1500 \$. Possibilité de recevoir un bulletin hebdomadaire gratuit.

Datamonitor – China Industry Profile

www.datamonitor.com

Firme de renseignements commerciaux qui couvre un très large éventail de pays et de secteurs.

| Organismes |

Fondation Asie-Pacifique du Canada

www.asiapacific.ca

La Fondation offre de l'information à jour et des analyses sur les relations entre le Canada et les réseaux commerciaux avec les pays asiatiques. Site en anglais et en français (en partie). La rubrique « Country Backgrounders » dans Publications est particulièrement intéressante.

La Chambre de commerce du Montréal métropolitain

www.ccmm.qc.ca

Parmi les services de la CCMM, celui du World Trade Center Montréal offre plusieurs ressources intéressantes pour les entreprises désirant exporter.

Le Groupement des chefs d'entreprise du Québec

www.groupeement.ca

Ce réseau de 1200 chefs de PME québécoises offre des activités de réseautage où l'on peut échanger de précieux renseignements auprès d'homologues faisant des affaires en Chine.

Asia Development Bank

www.adb.org

Accès gratuit à des rapports financiers, démographiques et statistiques sur tous les pays asiatiques, dont la Chine.

| Autres |

The Universal Currency Converter

www.xe.com/ucc

Pratique pour connaître l'équivalent en devises.

Canada's Export E-Business Portal

www.export.ca

Permet de faire un lien entre entreprises à travers le monde qui offrent et demandent des produits et services.

Tous ceux et celles qui sont allés en Chine vous le diront : le dépaysement est garanti. Le choc des cultures n'y est pas un concept théorique, mais une réalité dont il faut tenir compte avant de s'embarquer. Des entrepreneurs et des consultants ont accepté de partager leur expérience afin de vous donner l'heure juste. Voici dix conseils qu'ils nous offrent.

1 Faites vos devoirs avant de partir

Il est très important de bien se préparer avant de se lancer en affaires en Chine. La visite là-bas devrait être le point culminant d'une longue préparation incluant recherches sur le marché, lectures, séminaires, etc. (*Patrice Dallaire, représentant du Québec à Beijing et premier secrétaire à l'Ambassade du Canada*)

2 Tissez des liens personnels avant d'aborder les questions d'affaires

En Chine, le savoir-vivre est sans doute plus important que le savoir-faire. Prenez le temps de partager des intérêts communs. Les Chinois ne font affaire qu'avec des gens qu'ils connaissent. (*Guillaume Liu, directeur-conseil chez SecorTaktik*)

Trouvez-vous un agent sur place qui, comme dans mon cas, deviendra un jour votre ami, pour toujours. Et soyez toujours respectueux dans vos relations d'affaires en Chine. (*Louis Garneau, président, Louis Garneau Sports*)

3 Ne sous-estimez pas la capacité d'innover des Chinois

Il est révolu le temps où l'on affirmait que les Chinois ne faisaient que copier. Ils sont parfaitement capables d'innover, concevoir et commercialiser de nouveaux produits qui répondent à un besoin réel, d'où l'importance de développer des relations de partenariats avec eux. (*Pierre Fillion, directeur général - Québec, Association canadienne de l'industrie des plastiques*)

4 Prévoyez un Plan B

Les avantages concurrentiels convenus en Chine portent à court terme, ils reposent sur une situation conjoncturelle par rapport à la concurrence, d'où l'importance d'avoir une approche disposant de plans de rechange. (*Robert Ward, président, Viabilis*)

5 Attention au contrôle de qualité

Le concept d'assurance-qualité en est à ses premières années en Chine. C'est un de leurs points faibles. N'hésitez pas à former vous-même le personnel et veillez à multiplier les contrôles pour éviter les surprises coûteuses. (*Pierre Hébert, président du conseil d'administration de Husky*)

6 Patience, tolérance et persévérance quand vous négociez des contrats

La culture d'affaires n'existe pas comme telle en Chine, tout le monde peut devenir entrepreneur. Une clause négociée hier peut devoir être renégociée aujourd'hui.

En fait, tout est négociable jusqu'à la dernière minute, tant que l'entente n'a pas été signée. (*Michel Tassé, président du Groupe Fertek, et Alain Com-Nougué, président d'Aciflex*)

Révissez constamment vos ententes, avant que les Chinois ne les révisent à votre place, et négociez ferme tout en démontrant que vous êtes de bons amis. (*Robert Ward, président, Viabilis*)

7 Soyez ouverts et prudents à la fois

La réglementation et la bureaucratie peuvent être très complexes. Hong Kong possède du personnel expert et des règles qui se rapprochent de notre propre système juridique. N'hésitez pas à vous en servir. (*Alain Com-Nougué, président d'Aciflex*)

8 Prenez le temps de bien choisir vos partenaires d'affaires

Le marché chinois est sans doute le plus difficile des marchés étrangers. Les Chinois sont très sollicités, ils sont chez eux et ce sont eux qui fixent les règles. Aussi, ils voudront vous en mettre plein la vue dès votre arrivée mais ne vous laissez pas aveugler par les banquets et les réceptions élaborés qu'on vous offre, et gardez bien en tête vos objectifs d'affaires.

(*Patrice Dallaire, représentant du Québec à Beijing et premier secrétaire à l'Ambassade du Canada*)

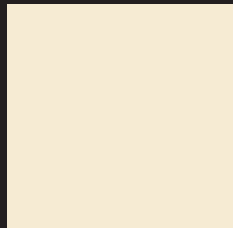
9 La Chine est différente, mettez-vous à son diapason

La rapidité de réponse des Chinois étonne toujours les Nord-Américains et les Européens. Ce sont de bons commerçants, ils ont des siècles d'expérience derrière eux. (*Pierre Hébert, président du conseil d'administration de Husky*)

10 Si vous réussissez en Chine, vous serez prêts pour les autres marchés émergents

Persévérez dans vos efforts afin de mieux comprendre le marché chinois, innover et l'intégrer dans votre modèle d'affaires. Lorsque les autres marchés en émergence, comme l'Inde, poseront de nouveaux défis, vous serez fin prêt, fort de votre expérience avec la Chine. (*Pierre Fillion, directeur général - Québec, Association canadienne de l'industrie des plastiques*)

拾



Des services à valeur ajoutée



Depuis plusieurs mois, l'équipe Investissements, Moyenne entreprise de la Caisse de dépôt et placement du Québec, multiplie les activités de soutien au développement d'affaires des firmes québécoises pour les accompagner et les aider

à relever les nombreux défis qui les attendent. C'est que nous voulons offrir plus que du financement, et grâce à nos réseaux d'information et à nos réseaux de professionnels, nous sommes en mesure de vous conseiller efficacement et de vous fournir des outils, notamment sur les plans de l'évaluation d'entreprises, du diagnostic opérationnel et de la simulation de projets d'acquisition et de structures de financement.

Au cours des deux dernières années, nous avons présenté une série de quatre conférences sur la Chine auxquelles ont participé près de 400 chefs et hauts dirigeants de petites et moyennes entreprises. Ce dossier spécial vous en résume l'essentiel afin d'alimenter votre réflexion ainsi que votre détermination à conquérir des marchés en émergence.

Réussir dans un marché aussi éloigné que celui de la Chine, dont la culture diffère autant de la nôtre à bien des égards, exige une solide préparation et une stratégie qui répondra aux besoins de votre entreprise tout comme à celles de vos partenaires chinois.

Car qui dit commerce dit échanges. La Chine, grande nation commerçante, a compris cela depuis longtemps. Et pour réussir en Chine, il nous faut le comprendre aussi.

Bonne lecture !

Normand Provost
Premier vice-président
Placements privés

| Quelles sont les perspectives de marché en Chine pour les entreprises québécoises ? |

Nouvel Eldorado ou mirage du monde occidental ? La Chine, à l'instar d'autres pays asiatiques ayant émergé au cours des années 60 et 70, vit actuellement une croissance exceptionnelle. Portrait d'un marché plein de potentiel où ne manquent ni les occasions ni les obstacles.

Les chiffres sont là, impressionnants. La Chine est devenue en quelques années la troisième puissance commerciale au monde et représente maintenant plus de 6 % du commerce mondial. Elle produit un million d'ingénieurs par année,



investit annuellement 30 milliards de dollars en R-D et consomme désormais plus du cinquième du pétrole mondial.

« D'ici 2010, on estime qu'il y aura en Chine 400 millions de personnes faisant partie de la classe moyenne », explique Guillaume Liu, directeur-conseil chez SecorTaktik et spécialiste du marché chinois auprès des entreprises. « Cherchant à rattraper le temps perdu, les objectifs de leur XI^e plan quinquennal (2006-2010) sont de doubler d'ici 2010 le PIB moyen par habitant par rapport à l'an 2000 et d'atteindre le niveau de vie des pays développés d'ici 2050. »

Il y a maintenant en Chine plus de chantiers que dans toute l'Europe. Le pays veut développer un réseau de huit TGV d'ici 15 ans, construire 70 000 kilomètres d'autoroutes d'ici 2010 et inaugurer 40 aéroports internationaux d'ici 2025. Pareille détermination a de quoi faire converger nombre d'entrepreneurs occidentaux vers l'Empire du milieu, désireux de participer au miracle chinois pour assurer leur croissance. Quels sont les secteurs où les chances sont meilleures pour les entreprises québécoises désireuses de mettre le pied en Chine ?

Les secteurs prometteurs : infrastructures, énergie, environnement

La Chine a changé, certes, mais elle a conservé de son passé communiste un dirigisme qu'il ne faut pas ignorer. Compte tenu du bouillonnement économique actuel, certains secteurs connaissent une surchauffe alors que d'autres ont encore besoin d'investissements étrangers considérables pour se développer. « La meilleure source d'information demeure le *Catalog for the Guidance of Foreign Investment Industries 2004* du ministère du commerce chinois », explique Guillaume Liu. « On y retrouve quatre catégories : les secteurs encouragés, permis, limites et interdits. Les entrepreneurs dont les activités correspondent aux deux premières catégories sont susceptibles non seulement de profiter d'une réglementation moins contraignante, mais aussi de bénéficier de programmes gouvernementaux qui pourraient garantir la rentabilité de leurs investissements. »

Parmi les secteurs les plus porteurs, mentionnons les infrastructures de transport, d'énergie, d'approvisionnement et de traitement des eaux, la construction, les équipements industriels et plusieurs industries dont les plastiques, les matériaux de construction et les matériaux industriels. Le secteur des services, comme les banques, l'hôtellerie, les assurances, la restauration et le tourisme, offre lui aussi beaucoup de potentiel. En fait, les Chinois veulent tout apprendre et très rapidement.

Deux priorités s'imposeront au cours des prochaines années : l'innovation et l'environnement. « Jusqu'à maintenant, la croissance chinoise s'est faite en grande partie au détriment de l'environnement », explique Guillaume Liu. « Pollution de l'air et de l'eau, érosion et inondations massives, désertification, le pays a souffert de négligence, d'une surconsommation des ressources, d'un développement trop rapide et d'un manque d'expertise environnementale. »

La Chine, consciente que les impacts du développement économique peuvent être néfastes pour la santé de la population, a adopté un ambitieux plan national qui prévoit l'implantation de 31 centres d'élimination des déchets dangereux, de 300 centres de destruction des déchets

hospitaliers et de centres plus spécialisés, notamment pour le stockage des déchets radioactifs. L'expertise environnementale québécoise peut donc être une bonne porte d'entrée, notamment dans les secteurs du traitement des déchets, de l'élimination de la pollution atmosphérique, surtout en milieu urbain, des équipements de surveillance et du traitement des eaux usées.

La Chine, déjà deuxième consommateur mondial derrière les États-Unis, a aussi énormément besoin d'énergie. Doté du potentiel hydroélectrique le plus formidable au monde, le pays vise à diversifier son portefeuille énergétique afin de moins dépendre du pétrole et du charbon. Les technologies liées aux énergies de substitution du pétrole et les produits de construction à performance énergétique accrue font partie des produits qui intéressent les Chinois au plus haut point.

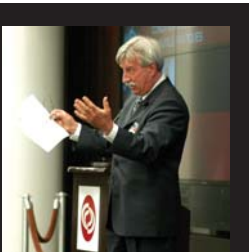
肆

Qu'en est-il de la fabrication manufacturière ?

Dans les pays développés, ce sont les manufacturiers qui ont subi la première onde de choc du boom chinois, notamment à cause des faibles coûts de la main-d'œuvre en Chine, souvent de 20 à 50 fois moins chère qu'en Occident. Les plus vulnérables ont été les industries où la main-d'œuvre est nombreuse, les volumes importants et les produits peu différenciés et généralement de qualité faible ou moyenne. Cette concurrence a rapidement fait baisser les prix et grimper les exportations chinoises sur le marché mondial : par exemple, elles sont passées de 2,5 % des importations américaines en 1990 à près de 15 % en 2005.

« Le dynamisme chinois a fait mal à l'industrie nord-américaine », convient Luc Vallée, vice-président et économiste en chef à la Caisse de dépôt et placement du Québec. « L'impact déflationniste causé par l'arrivée massive de millions de travailleurs chinois provenant du monde rural a été vécu comme un véritable tsunami dans le monde industrialisé. »

Selon cet expert, le choc a été brutal, mais la partie n'est pas jouée pour autant. En réalité, la plateforme manufacturière chinoise ajoute peu de valeur aux produits. La Chine importe des composantes provenant des pays industrialisés et utilise sa



prises chinoises afin d'évaluer leur potentiel. Cette information n'est pas facile à obtenir. Sur ce plan, nous avons été aidés par des résidents ou des Canadiens d'origine chinoise ayant conservé des liens étroits avec leur mère patrie. »

Troisième étape : avoir un représentant chinois sur place

Impossible de s'implanter en Chine sans avoir une personne de confiance qui parle chinois et anglais et qui maîtrise les méandres de la bureaucratie chinoise. Il y a plusieurs façons de la trouver.

« Nous avons embauché un Chinois diplômé de l'Université du Québec à Montréal, poursuit M. Alain Com-Nougué, et l'avons formé en vue de ce que nous voulions faire en Chine. Comme nous savions qu'il faudrait que nous produisions là-bas, nous avons d'abord cherché un entrepreneur chinois avec qui créer une coentreprise. Finalement, après 18 mois de négociations, le projet d'entente ne s'est pas concrétisé et nous avons décidé d'ouvrir seuls notre usine non loin de Shanghai. » L'expérience de Michel Tassé relève en partie du hasard. Il a trouvé son accompagnateur chinois lorsque ce dernier est venu spontanément à lui pour lui proposer ses services.

À première vue, découvrir la perle rare parmi 1,3 milliard de personnes peut sembler difficile, et ça l'est effectivement. Il existe toutefois de nombreuses sources d'information, et il ne faut pas hésiter à s'en servir. « Il y a au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international du Canada et dans les bureaux d'affaires québécois, des experts qui ont une très bonne connaissance du terrain, estime Michel Ouellet, ex-directeur des communications de la Ville de Montréal qui a effectué plusieurs missions et séjours en Chine. Il existe aussi des programmes d'aide financière qui défraient une partie des frais de prospection des marchés étrangers. »

Les entrepreneurs québécois doivent utiliser toutes les ressources disponibles, comme les services consulaires canadiens et québécois, les réseaux informels d'affaires comme le Groupement des chefs d'entreprise du Québec, les sociétés comme la Caisse de dépôt et placement du Québec qui possède de nombreux contacts en Chine, ou des entreprises-conseils comme Secor, qui a créé d'un groupe-conseil consacré uniquement au marché chinois. Toutes ces avenues sont aisément accessibles et peuvent vous diriger avec succès vers le représentant chinois idéal. ■

[suite de la p.5]

La pression sociale

Le mode de vie occidental s'implante rapidement en Chine, mais l'élite du pays sait très bien que la stabilité sociale est essentielle à l'essor économique. On estime que de 10 à 20 millions de nouveaux travailleurs chercheront du travail chaque année au cours des 20 prochaines années. Même avec une croissance annuelle de 10 %, la Chine ne pourra pas absorber la main-d'œuvre excédentaire, ce qui pourrait créer un climat d'insatisfaction et d'agitation sociale chez les laissés-pour-compte du miracle chinois. Un chômage endémique joint à des restrictions sociales pourraient

玖



rendre la société chinoise plus difficile à contrôler. De plus, les canaux de communication comme Internet rendent le pays de plus en plus perméable aux idées venues d'ailleurs.

Le dirigisme économique

Le développement mal coordonné entraîne déjà une capacité excédentaire dans plusieurs secteurs. Les entreprises appliquent des modèles d'affaires — taille réduite, ingérence politique, manque de capitaux et mauvaise allocation des ressources — à contre-courant de la tendance occidentale. Les règles chinoises risquent d'handicaper le dynamisme du secteur privé.

18 heures d'avion et 12 heures de décalage. Énigmatique et lointaine, la Chine attire autant qu'elle déconcerte. Quel itinéraire doit-on suivre pour réussir à s'implanter en Chine ?

C'est immanquable. Il y a peu de réunions d'affaires aujourd'hui où l'on n'y parle pas de la Chine. En première ligne, les manufacturiers sont les plus soucieux. Leurs clients, qui veulent bénéficier des réductions de coûts offertes par la main-d'œuvre bon marché de la Chine, négocient ferme et menacent de faire affaires ailleurs. Viennent ensuite les entreprises de services, alléchées par un bassin de consommateurs de plus d'un milliard de personnes. Elles prospectent activement le marché et tentent de s'y implanter malgré les obstacles de la distance, de la langue et de la culture.

Première étape : évaluer sa stratégie et préciser ses objectifs

« L'adhésion de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en 2001 et l'ouverture progressive des frontières des économies émergentes se traduisent par l'ajout de plus de deux milliards de personnes à l'économie mondiale, constate Luc Vallée. C'est une source de possibilités sans précédent qu'il convient de ne pas aborder à l'aveuglette. »

À l'instar de nombreux experts qui accompagnent les entreprises désireuses d'aborder le marché chinois, Michel Tassé, président du Groupe Fertek, un fabricant de produits métalliques liés au domaine de la construction, recommande tout d'abord aux manufacturiers de réfléchir. Ils doivent faire un sérieux examen de leurs processus de production et analyser soigneusement toutes les composantes de leurs produits afin d'identifier les économies potentielles.

Pour nombre d'entreprises, la perspective chinoise entraîne en effet une réévaluation en profondeur des stratégies d'affaires qui va bien au-delà d'une simple réduction des coûts de fabrication ou d'une augmentation du nombre d'acheteurs potentiels.

Plusieurs avenues peuvent être empruntées. « Il est vrai que la main-d'œuvre chinoise coûte 40 fois moins cher que la main-d'œuvre québécoise, mais il y a aussi d'autres coûts à considérer, ajoute Luc Vallée. Les entreprises québécoises ont tout intérêt à graver la chaîne de valeur et à se concentrer dans les secteurs où elles peuvent être compétitives et rentables. »

Pour Pierre Fillion, directeur général de la section québécoise de l'Association canadienne de l'industrie des plastiques (ACIP), il est évident que l'arrivée de la Chine dans le commerce mondial commande une transition vers de nouveaux modèles d'affaires. « Le terme *usine* doit progressivement être éliminé du vocabulaire, explique-t-il. On doit plutôt parler dorénavant de centres d'innovation et de développement branchés directement sur les besoins des clients et des marchés desservis. » C'est ce qu'on appelle en anglais l'*Intelligence Business Unit*, par opposition au *Manufacturing Unit*, un concept du XX^e siècle moins adapté à la mondialisation.

Deuxième étape : reconnaître le terrain

L'improvisation est mauvaise conseillère, particulièrement en Chine. Encore là, plusieurs choix s'offrent à l'entrepreneur.

Alain Com-Nougué, président d'Aciflex, une société qui fabrique des baignoires, des douches et des produits de salles de bain, a inauguré en 2006 des installations de production en Chine qui s'ajoutent aux deux usines québécoises que possédait déjà l'entreprise. Il a effectué 35 voyages en Chine depuis le début du processus de localisation démarré en avril 2002. « Nous avons d'abord participé à des foires spécialisées et avons acheté plusieurs produits afin de les analyser. Nous avons aussi visité plusieurs entreprises en Chine : les Chinois sont très ouverts et n'hésitent jamais à vous montrer leurs installations. » Selon lui, il ne faut jamais se contenter de l'information recueillie lors des foires et toujours se rendre sur place par après. On y apprend beaucoup plus.

Pierre Hébert, président de Husky, un fabricant d'équipement de nettoyage et d'aspirateurs intégrés, a lui aussi abordé le marché par le biais des foires commerciales. « Nous vendions déjà dans 36 pays et nous n'étions pas des novices en matière d'exportation, précise-t-il. Nous n'avons pas hésité à profiter des missions gouvernementales et des services offerts par les gouvernements du Canada et du Québec pour faciliter nos démarches. »

Bertrand Saucier, président du conseil d'administration de M2S Électronique, un fabricant de composantes électroniques, a effectué sa première mission en Chine au début de 2004. L'entreprise a mis un an à identifier des fournisseurs chinois qui pourraient prendre en charge une partie de la production des composantes électroniques afin de pouvoir offrir de meilleurs prix à ses clients. « Nous avons travaillé avec trois niveaux d'intermédiaires, explique M. Saucier. Des Canadiens d'origine chinoise, des Chinois de Hong Kong et enfin, des Chinois vivant sur place. L'une des principales difficultés à résoudre était de *qualifier* les entre-





main-d'œuvre à bon marché pour assembler des produits sophistiqués destinés à l'exportation. Dans les produits électroniques, par exemple, la valeur du contenu importé représente 85 % de la valeur totale du produit fini.

Cela dit, la Chine offre des occasions intéressantes qu'ont saisies plusieurs fabricants québécois maintenant implantés en Chine. Michel Tassé, président du Groupe Fertek, qui fabrique des produits métalliques, dont du treillis servant à renforcer le béton, est l'un de ceux-là : « Il y a beaucoup de main-d'œuvre en Chine, alors les coûts vont demeurer peu élevés encore pendant un certain temps ». Fertek possède une filiale en Chine, Numesh, dont l'usine construite en 1995 a été plusieurs fois agrandie par la suite. Homme d'affaires pragmatique, Michel Tassé recommande de bien analyser toutes les composantes d'un produit afin de cerner les économies potentielles liées à la fabrication en Chine.

L'industrie biopharmaceutique est l'un des secteurs porteurs identifiés dans la fabrication. « La Chine souffre d'un grand retard dans ce domaine par rapport aux pays développés, ajoute Guillaume Liu, et veut mettre les bouchées doubles. Sa production actuelle est estimée à 2 milliards de dollars US, mais son objectif est d'atteindre 16 milliards de dollars US d'ici 2015. » La demande intérieure croît rapidement et la recherche et développement en santé en est encore à ses premiers balbutiements. Pour l'instant, toutes les options sont envisageables : fabrication en Chine, tests cliniques et coentreprises, les possibilités dépendront des négociations que pourront conclure les hommes d'affaires québécois avec leurs homologues chinois. ■

La Chine pourra-t-elle continuer longtemps sur sa lancée ?

Les projections, comme leur nom l'indique, sont une prévision de l'avenir. Malgré leurs outils de plus en plus perfectionnés, les économistes peuvent se tromper. « Lorsqu'on compare la progression actuelle de l'économie chinoise avec la croissance de Taiwan et de la Corée du Sud, on note beaucoup de similitudes, mentionne Luc Vallée, économiste en chef de la Caisse. La principale différence, c'est la taille. Or, il arrive un moment où celle-ci devient un obstacle. Il faut donc prendre les tendances pour ce qu'elles sont, soit des indications et non des certitudes. Le succès appartient à ceux qui trouvent non seulement les possibilités, mais qui peuvent aussi sentir le vent et anticiper les discontinuités qui font partie de l'Histoire, qu'on le veuille ou non. »

Sur le plan macroéconomique, quels goulots d'étranglement peut-on prévoir ?

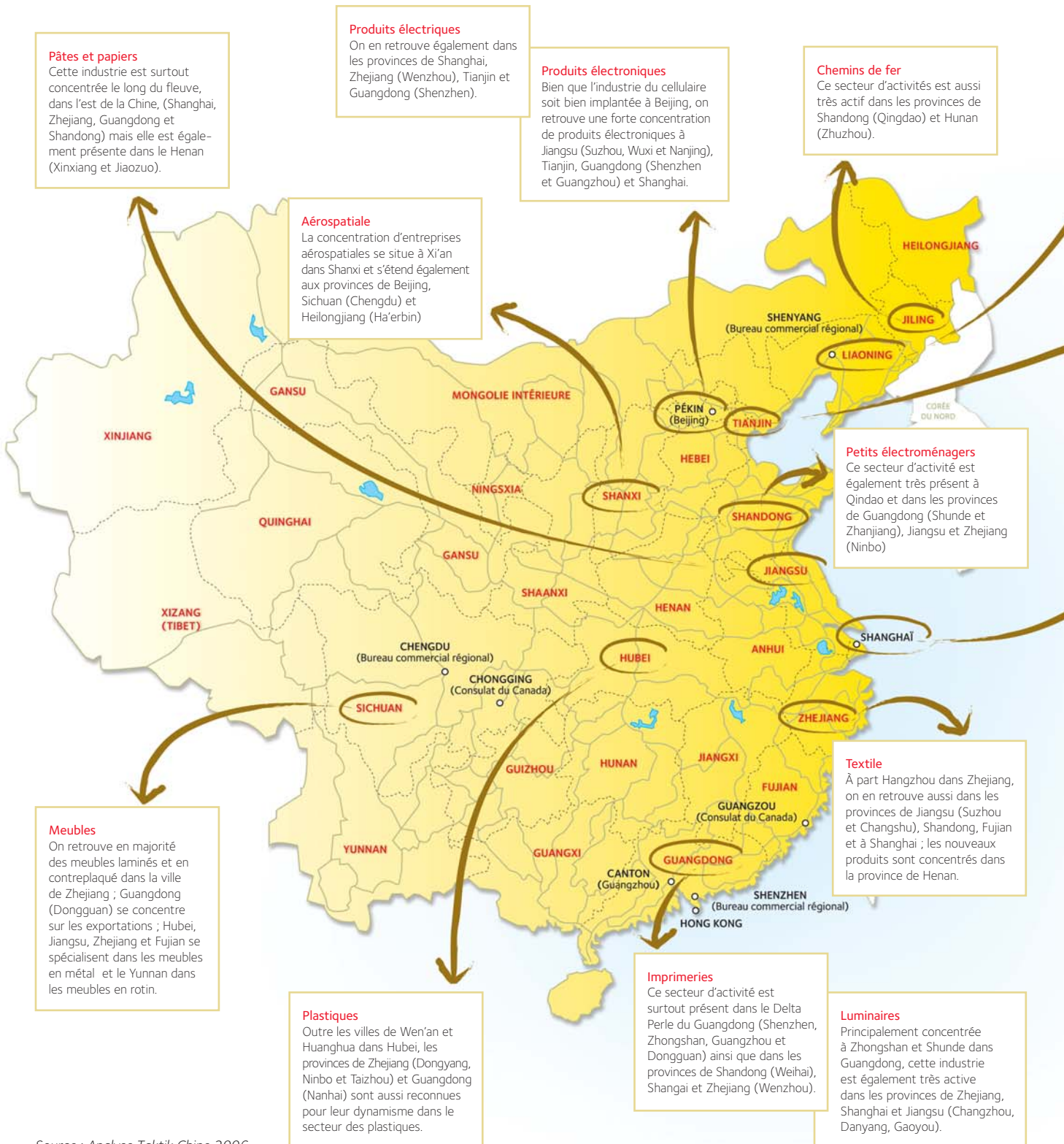
Le système bancaire

Inefficace et lié à l'évolution politique, le système bancaire chinois n'est pas près d'être libéralisé. Les taux de rendement trop faibles laissent prévoir une sortie des capitaux dès que ce sera possible. Attendez le feu vert.

L'environnement

Selon les projections de Goldman Sachs, le parc automobile chinois, actuellement d'environ 15 millions de véhicules, en compterait près de 150 millions en 2025 et près de 525 millions en 2050, soit à peu près trois fois plus que ce qui roule aujourd'hui sur les routes américaines (environ 105 millions de voitures). La capacité d'approvisionnement en eau est de plus en plus limitée et la pollution est chaque jour plus préoccupante. Difficile à croire qu'en 44 ans seulement (2006-2050), la Chine aura pu réussir à concilier consommation de masse et respect de l'environnement.

[suite p.9]



Machines-outils

Les provinces de Jilin et Liaoning représentent l'ancienne base de l'industrie lourde ; on en retrouve également maintenant dans le Jiangsu.

Pharmaceutique

On retrouve les compagnies pharmaceutiques dans la zone côtière de Jiangsu (Taizhou), Shanghai, Shandong et Tianjin, alors que le biopharmaceutique est surtout à Beijing (Zhong-guancun) et la médecine traditionnelle chinoise est concentrée à Hebei (Shijianzhuang).

Communications

Le Delta Yangtse (Jiangsu, Shanghai et Zhejiang), Guangdong (Shenzhen) et Beijing sont également très actifs dans ce secteur.

Vêtements

Une industrie très développée également dans les provinces de Jiangsu, Zhejiang, Fujian (Quanzhou) et Guangdong (Shenzhen) ; on compte 39 agglomérations industrielles dont le Delta Yangtse, le Delta Perle, la Zone Bohai et les zones côtières du sud-est.

| Made in China |

Quelques chiffres sur la production chinoise dans le monde. En 2003, la Chine fabriquait ou assemblait :

- 75 % des jouets
- 75 % des horloges et des montres
- 58 % des vêtements
- 54 % des lecteurs de DVD
- 50 % des appareils photos
- 50 % des ventilateurs électriques
- 50 % des postes téléphoniques
- 30 % des climatiseurs
- 29 % des téléphones cellulaires
- 11,7 % des ordinateurs portables

Source : présentation de Pierre Fillion (ACIP) au colloque de novembre 2005.

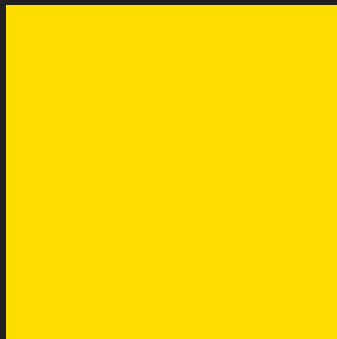
La Chine : économiquement morcelée, mais concentrée par secteurs

Vaste pays dont la superficie totalise près de 9,6 millions de km² — par comparaison, le Canada en compte presque 10 millions, la Chine comprend 23 provinces, cinq régions autonomes et quatre grandes agglomérations urbaines. Comme on peut le voir sur la carte ci-contre, on y retrouve dans certaines villes et régions une remarquable concentration d'industries par secteur d'activité.

« Cette particularité constitue un avantage qui contre-balance l'éloignement pour les entreprises québécoises », opine Mathieu Ouellet, associé chez Taktik Chine, une division de Secor. En effet, plusieurs villes regroupent tous les maillons de la chaîne de production de certains produits, les meubles en bois ou les luminaires, par exemple, ce qui fait qu'une entreprise active dans ces secteurs a tout intérêt à y prospecter d'abord les possibilités. On retrouve dans ces villes non seulement les usines de fabrication, mais aussi les fabricants et les réparateurs de machines-outils utilisées dans ces industries, une main-d'œuvre abondante et expérimentée, la matière première, les infrastructures de transport et les grandes foires spécialisées. Bref, c'est un concept qui constitue l'équivalent géographique des grappes industrielles, mais dans des secteurs d'activité précis et bien définis. »

La Chine se développe d'est en ouest, les provinces côtières s'étant industrialisées et ouvertes plus tôt aux échanges commerciaux avec l'Occident. Soucieux de développer l'économie dans toutes les régions du pays, le gouvernement chinois encourage de plus en plus les entreprises à s'établir vers l'intérieur par le biais d'avantages fiscaux et financiers.

Pour l'instant, la présence québécoise n'est pas concentrée dans certaines régions. Les entreprises choisissent leur localisation en Chine d'abord en fonction de leur type d'activité ou des partenariats conclus avec des entreprises chinoises, tout comme le font les entrepreneurs des autres pays industrialisés. ■



www.lacaisse.com

Équipe Moyenne entreprise
Centre CDP Capital
1000, place Jean-Paul-Riopelle
Montréal (Québec) H2Z 2B3
Tél. 514 847-2838
Numéro sans frais : 1 866 330-3936