



# Accès

• mai 1994 •

OCT 1994

RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

## LES ENTREPRISES CANADIENNES VONT AU MARCHÉ

**MEXICO** — Le premier ministre du Canada et le président du Mexique ont communiqué un vibrant message à la population de leurs pays respectifs lorsqu'ils ont déclaré, au lendemain de l'assassinat de M. Colosio, en pleine crise politique, que la vie continuait et que par conséquent *Canada Expo* se déroulerait comme prévu. *Canada Expo 1994*, la plus importante exposition commerciale jamais organisée par le Canada et qui se tenait dans l'immense salle d'exposition du centre Exhibimex, à Mexico, a attiré 430 entreprises canadiennes et quelque 600 exposants à la recherche de marchés pour une gamme impressionnante de produits et services canadiens. La foire a été l'occasion d'une véritable démonstration de l'esprit d'initiative, du génie et du savoir-faire canadiens.

Les milliers de Mexicains qui ont visité *Canada Expo* ont pu examiner une multitude de produits allant de fines bouteilles de parfum à de grosses scies industrielles, en passant par des produits de tourisme et d'enseignement et du matériel de transport. Ils ont pu goûter à divers produits comme du saumon fumé, de l'eau de source, du fromage et des frites. Les kiosques qui avaient organisé des dégustations de produits ont été très populaires, à en juger par la longue file d'attente au casse-croûte.

Les exposants, venus des quatre coins du Canada, se composaient de dirigeants d'entreprises de divers secteurs, dont l'âge et l'expérience variaient considérablement. Il régnait dans la salle d'exposition une atmosphère bouillonnante d'activités, propre à susciter la curiosité et l'échange d'idées.

Les exportateurs canadiens qui ont participé à l'événement avaient divers commentaires à formuler, une fois la foire

terminée. Bien que certains aient obtenu de meilleurs résultats que d'autres, bon nombre ont indiqué qu'ils avaient trouvé l'expérience enrichissante. Quelques-uns ont affirmé que cette foire ne répondait pas à leurs attentes, du moins pour le moment, mais personne n'a dit regretter y être venu pour s'en rendre compte sur place.

Pour Martin Lavoie, de *Canada Pure Water Company Ltd.* de Toronto, *Canada Expo* a été un franc succès. «Grâce à cette foire, des Mexicains ont manifesté un intérêt pour nos produits», a-t-il affirmé. Cette société participe à de nombreuses foires commerciales aux États-Unis et au Mexique, mais c'est à *Canada Expo* qu'elle a obtenu le plus important contrat jamais conclu en dehors des États-Unis. À titre de fabricant de boissons gazeifiées, *Canada Pure* envisage de sous-traiter et aimerait offrir un service d'exploitation clés en main dans un avenir prochain.

Nouveau venu sur le marché mexicain, *Breakwater Books Ltd.* de St. John's, a également «suscité l'intérêt de nombreux Mexicains», nous dit son président, Clyde Rose. Cette société publie des livres destinés aux établissements d'enseignement canadiens, mais produit aussi, en collaboration avec *IDON Corporation*, un logiciel connu sous le nom de «Softwaves», pour l'enseignement assisté par ordinateur. M. Rose a participé à *Canada Expo* essentiellement dans le but de lancer ce produit. «Nous offrons un produit que l'on peut modifier en fonction des besoins des clients en matière de programmes d'enseignement; cet outil constitue un excellent moyen de relever les normes technologiques», a-t-il ajouté. Avant de se rendre à Mexico, M. Rose a fait parvenir divers catalogues, dépliants et facsimilés à plusieurs

clients mexicains intéressés, en prévision des rencontres planifiées avec eux. «Nous avons fixé plusieurs autres rendez-vous sur place», a-t-il indiqué. Il a conclu en disant avoir atteint, en venant à Mexico, l'essentiel de l'objectif qu'il s'était fixé, soit établir des contacts.

*Les Parfums Simon Chang*, de Montréal, ont aussi fait très bonne figure. «Nous avons atteint nos objectifs puisque nous avons établi des contacts avec les trois principales chaînes de magasins à rayons du pays», a déclaré un représentant de la société, Alain Quintal. «Comme certains clients ont manifesté un réel intérêt pour nos produits, nous avons décidé d'organiser, à la fin du printemps et en été, des démonstrations de nos produits dans divers magasins. Ainsi, nous comptons réaliser des ventes directes en octobre et en novembre, soit juste au moment de la période des Fêtes.» Le kiosque de *Simon Chang* a aussi attiré de nombreux visiteurs désireux de faire l'essai du parfum haut de gamme «Kimono» ou de se voir remettre un échantillon de produit dans un emballage attrayant.

Pour Dawn Sullivan de *Med-I-Pant*, société torontoise, la foire n'a pas donné les résultats escomptés. La société pour laquelle travaille M<sup>me</sup> Sullivan fabrique des produits pour les patients hospitalisés souffrant d'incontinence. Cette société, qui souhaite étendre ses marchés, détient 85 p. 100 du marché canadien et compte également de nombreux clients aux États-Unis. «Nous ne sommes pas encore prêts, a-t-elle indiqué, à percer ce marché. Nous avons pensé que cet événement serait pour nous une occasion d'établir des contacts, d'évaluer les possibilités

Voir page III — **Canada**