

Les Canadiens sont considérés dans bien des secteurs, entre autres celui de l'environnement, comme de meilleurs partenaires que les Américains parce qu'ils sont moins agressifs et plus sensibles à la culture des autres. Il faut savoir, cependant, que des entreprises américaines travaillent depuis longtemps au développement de ce marché et qu'elles ont montré qu'elles savaient aider leurs partenaires. Dans l'esprit de nombreux acheteurs, elles ont par conséquent la capacité de fournir des solutions pratiques, ce qui paraît beaucoup plus hypothétique dans le cas des Canadiens.

Ce marché comporte de nombreux débouchés pour les entreprises canadiennes qui sont prêtes à adopter une stratégie à moyen ou à long terme. Il n'en reste pas moins qu'elles doivent aller vite, car plusieurs des grandes firmes de géomatique mexicaines ont déjà développé des relations exclusives avec des fournisseurs de technologie américains ou européens.

LES TENDANCES ET LES DÉBOUCHÉS

Le ralentissement des achats d'équipement causé par la crise économique a ouvert des créneaux pour l'adaptation de produits, les idées nouvelles et les services à base de connaissance.

Les décideurs consultés pour la préparation de ce profil sectoriel ont souligné qu'à long terme le Mexique avait besoin d'intégrer, d'une manière ou d'une autre, ses systèmes d'information géographique (SIG). Idéalement, toutes les données seraient accessibles par l'intermédiaire d'un serveur unique, qui donnerait accès à l'information cadastrale, aux archives publiques, au registre de la propriété privée, à la liste électorale et à d'autres types d'information. Il s'agit évidemment d'un travail de longue haleine, mais qui signifie une tendance durable vers l'intégration de bases de données. Les États du Nuevo León et de Puebla ont déjà commencé à travailler dans ce sens, quoiqu'il faudra attendre un certain temps avant de voir des résultats concrets.

Les techniques de géomatique étrangères sont relativement bien connues au Mexique. Celles qui ont été achetées jusqu'à présent, surtout par les gouvernements, n'étaient pas les plus avancées. Les fournisseurs qui ont le mieux réussi sur ce marché sont ceux qui ont adapté leurs produits à des clients et à des applications relativement peu sophistiqués. Les besoins d'information géographique du Mexique sont très importants, puisqu'on estime que 80 pour 100 des données sont périmées et que les ressources financières et humaines disponibles sont limitées. Par ailleurs, les décideurs ont tendance à sous-estimer la valeur de l'information géographique; ils préfèrent donc les projets qui sont faciles à mettre en place et répondent à des besoins immédiats. Dans une large mesure, ceci limite le marché des solutions de haute technologie.