

L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE NORD-AMÉRICAIN (ALÉNA)

L'ALÉNA fera passer la zone actuelle de libre-échange de 270 millions de personnes à près de 361 millions — un marché plus important que celui des 15 pays de l'Union européenne avec une production nord-américaine totale d'environ 7 billions de dollars.

Le Mexique est le plus important partenaire commercial du Canada en Amérique latine. Le commerce bilatéral entre les deux pays frôlait les 6,5 milliards de dollars en 1995 et devrait atteindre les 8 milliards d'ici la fin de la décennie.

Le total cumulé des investissements canadiens directs au Mexique augmente rapidement, ayant passé de 452 millions de dollars en 1992 à plus de 1,2 milliard en 1994.

Ce guide de marché a été préparé en tenant compte des problèmes auxquels la personne qui envisage d'exporter est confrontée. Il ne s'agit toutefois pas d'un document exhaustif et les conditions, les intérêts et les besoins particuliers à chaque cas commanderont la façon dont les entreprises doivent adapter leur approche et leur stratégie au marché mexicain.

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser aux Centres de commerce international (cf. Où obtenir de l'aide additionnelle), ou à l'InfoCentre aux numéros suivants:

Téléphone: 1 800 267-8376 ou (613) 944-4000

Télécopieur: (613) 996-9709

FaxLink*: (613) 944-4500

Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI):

1 800 628-1581 ou (613) 944-1581

Internet: <http://www.dfait-macci.gc.ca>

*FaxLink est un système de réponse par télécopieur qui permet la transmission automatique d'un vaste éventail de sommaires sur les débouchés d'affaires au Mexique. Il suffit de composer le numéro FaxLink à partir du clavier d'un télécopieur et de suivre les instructions du message guide parlé.

TABLE DES MATIÈRES

LA DISTRIBUTION AU MEXIQUE	5
UN APERÇU DU SYSTÈME MEXICAIN DE DISTRIBUTION	6
LA DISTRIBUTION AUX UTILISATEURS FINAUX	8
Les sociétés industrielles et commerciales	8
Les marchés publics	9
La vente directe au détail	10
Les filiales	10
LA DISTRIBUTION PAR L'INTERMÉDIAIRE DE REVENDEURS	12
Les détaillants	12
Les établissements de services alimentaires	16
Les grossistes	16
Les distributeurs	17
Les fabricants	18
L'attribution de licences	18
LA DISTRIBUTION PAR L'INTERMÉDIAIRE DE PARTENAIRES	19
Les agents	19
Les coentreprises	21
LA CONSIDÉRATIONS PROPRES AUX PRODUITS	22
Les produits de vente au détail	22
Les produits intermédiaires et les matières premières	23
Les biens d'équipement	24
Les services	24
LA DOCUMENTATION ET LA LOGISTIQUE	25
La documentation	25
La logistique	25
Le recouvrement	27
TROUVER DES AGENTS, DES PARTENAIRES ET DES DISTRIBUTEURS	28
Les foires commerciales	28
L'aide du gouvernement canadien	28
La publicité et la promotion	29
La gestion des relations de distribution	29