

LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Les compositeurs et les artistes canadiens qui sont inconnus au Mexique peuvent s'y faire découvrir en participant à des concours et à des festivals musicaux, ainsi qu'avec l'aide des bureaux du gouvernement du Canada au Mexique.

Les compositeurs et les artistes canadiens qui sont connus à l'échelle internationale travaillent le plus souvent au Mexique dans le cadre de marchés internationaux bien définis. Les artistes dont la notoriété augmente doivent le plus souvent se faire connaître eux-mêmes avant de pouvoir vendre leur travail au Mexique. Les musiciens classiques participent souvent à des concours pour se faire connaître. Le *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta)*, Conseil national des arts et de la culture, organise, par l'intermédiaire de l'*Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA)*, *Coordinación Nacional de Música y Ópera*, Institut national des beaux-arts, de la musique et de l'opéra, un grand nombre de concours auxquels les étrangers sont admis. Les dirigeants des institutions nationales accueillent généralement volontiers les musiciens et les compositeurs et leur donnent des conseils sur la façon de procéder.

Dans le cas de la musique populaire, il est essentiel pour réussir qu'elle soit diffusée à la radio, même si les stations de radio n'ont pas payé de redevances depuis plusieurs années. *Televisa* et une société de promotion de musique appelée *Ocesa* font beaucoup d'efforts pour couvrir les tournées des artistes. Les participants de cette industrie précisent cependant qu'ils cherchent essentiellement des noms déjà connus à l'échelle internationale.

Les groupes des circuits parallèles ou qui commencent à être connus peuvent profiter des festivals culturels, qui sont très courus au Mexique, pour toucher le public mexicain. Les festivals les plus importants sont le *Cervantino*, à Guanajuato en octobre, et la *Feria Internacional del Libro*, Foire internationale du livre, à Guadalajara en novembre. Cette dernière a été consacrée au Canada en 1996.

En règle générale, les producteurs canadiens de cinéma et de télévision vont au Mexique pour tourner et la postproduction se fait au Canada. Ils sont donc davantage des acheteurs que des vendeurs et s'inquiètent essentiellement de trouver des fournisseurs compétents plutôt que de pénétrer le marché. Les associations industrielles mexicaines sont de bonnes sources de contacts, mais il vaut mieux le plus souvent chercher à s'informer au Canada pour évaluer les capacités des fournisseurs éventuels. La principale exception est le cas des sociétés canadiennes qui investissent dans une coproduction avec un partenaire mexicain. Téléfilm Canada favorise ce type de production. Un petit nombre de films canadiens sont présentés au Mexique, le plus souvent en passant par les grands distributeurs internationaux.