

Il est relativement facile de vendre aux exportateurs manufacturiers, qui ont généralement accès aux sources de financement. Compte tenu de l'importance d'un service après-vente attentif, les entreprises canadiennes qui exportent vers ce marché doivent habituellement faire appel aux services d'un agent ou d'un distributeur mexicain, à moins que leurs ventes ne soient strictement limitées aux entreprises multinationales implantées à proximité de la frontière américaine, qu'on peut desservir à partir des États-Unis ou même de plus loin.

Plan d'action

Information sur le marché et renseignement commercial

- Rencontrer des représentants des secteurs public et privé pour discuter des services commerciaux et de la politique commerciale
- Assister à des séminaires industriels à Ottawa et au Mexique
- Transmettre des rapports sur les tendances qui se dessinent dans l'industrie aux organismes du gouvernement canadien et aux entreprises privées intéressés, par téléphone, télécopieur ou courrier électronique
- Mettre à jour les études sectorielles pour Export i et le Centre des études de marché d'Équipe Canada
- Élargir et mettre à jour des listes de contacts locaux au sein du gouvernement ainsi que des importateurs, distributeurs et agents
- Dresser une liste des entreprises canadiennes qui souhaitent exporter vers le Mexique, ainsi que de leurs capacités.

Accès au marché

- Défendre les intérêts des entreprises et leur offrir des conseils au sujet des appels d'offres et des procédures d'achat au Mexique
- Fournir des conseils sur la marche à suivre pour obtenir des permis et des certificats

- Suivre de près les questions douanières qui peuvent se répercuter sur l'accès au marché et faire rapport à ce sujet
- Surveiller les questions relatives à la politique commerciale et préparer des rapports à ce sujet.

Promotion des échanges

- Délégation d'acheteurs mexicains :
 - Semaine des manufacturiers canadiens, Toronto, septembre-octobre 1998
 - Plast-Ex 98, mai 1998
- Éventuelle délégation d'acheteurs de la région de Guadalajara qui auront préparé des plans d'achats; il faudra mettre au point des programmes ciblés sur les besoins propres à chacun des acheteurs
- Coordination de la participation d'entreprises canadiennes :
 - Instrumentación y Control 98, Mexique, juin 1998
 - Expo Metal 99, Mexique, mars 1999.

Autres participations possibles

- Semana Mexicana de la Manufactura, Mexico, juin 1998
- Plast Imagen, Mexico, septembre 1998
- ExpoPak, Mexico, juin 1998.

Sensibilisation

- Constitution d'une liste de conférenciers mexicains aptes à faire des exposés devant les représentants des entreprises canadiennes en visite au Mexique (pour assister à une foire, par exemple)
- Séminaire à Guadalajara pour donner un aperçu des atouts des entreprises canadiennes dans ce domaine.

Technologies de l'information, télécommunications et autres produits et services de pointe

Le marché mexicain des technologies de l'information et des télécommunications comprend trois volets à forte croissance, qui présentent tous des débouchés à l'exportation pour les entreprises canadiennes, soit le matériel d'infrastructure des télécommunications, le matériel de technologie de l'information pour les bureaux et les composants électroniques. Depuis quelques années, les exportations canadiennes dans ce secteur connaissent d'excellents taux de croissance. De 1994 à 1996, les ventes de matériel de télécommunications au Mexique ont fait un bond de 130 %, passant à 41 millions de dollars US en 1996; pour ce qui est des composants électroniques, les ventes ont augmenté de près de 5 000 % pendant la même période, atteignant une valeur 34 millions de dollars US par année.

Débouchés

Le marché des **infrastructures de télécommunication** tire sa vigueur de la récente libéralisation du secteur des télécommunications ainsi que des investissements très importants effectués par les porteurs mexicains déjà en place et par de nouveaux venus sur le marché. Le marché de l'interurbain, dont la valeur s'établit à 6 milliards de dollars US, est ouvert à la concurrence depuis le 1er janvier 1997. Les fournisseurs de services interurbains ont annoncé des investissements de 7 milliards de dollars pour les années 1995-2000, 80 % de ce montant étant consacré à l'acquisition de matériel d'infrastructure, importé dans la majorité des cas.

Les quatre principaux fournisseurs de services interurbains issus de la libéralisation du marché — Telmex, Alestra, Avantel et IUSATEL — accapareront plus de 95 % du marché interurbain à court terme. Tout au long de 1998, Telmex restera en tête, sa part du marché se chiffrant à au moins 75 %. En avril 1997, ces

quatre compagnies avaient déjà planifié les trois quarts de leurs achats d'infrastructure. Par contre, les fournisseurs de second rang — Marcatel, Miditel (Korea Telecom), Investcom, Extensa et Bestel — commencent tout juste à acquérir leur matériel. De 1997 à 2001, ces petits porteurs investiront au total environ 1,5 milliard de dollars US pour leurs acquisitions de nouveau matériel.

À compter de 1998, le monopole de Telmex prendra fin et le secteur des services téléphoniques locaux sera assujéti à la concurrence. Dix-huit nouveaux porteurs sont prêts à faire leur entrée sur ce marché, y compris Telinor, IUSATEL, Extensa, Red de Servicios de Telecomunicaciones, Recetel, Amaritel, MFS, Phillips/Lucent Technologies Consumer Products et MCI. Ces fournisseurs se proposent d'investir 5 milliards de dollars US de 1997 à 2002, montant qui sera consacré principalement à l'acquisition de matériel d'infrastructure. La concurrence s'étendra également aux exploitants de cabines téléphoniques publiques, qui pourront se mesurer à Telmex à compter de 1998. En juin 1997, 11 entreprises avaient annoncé leur intention de se lancer sur ce marché.

La technologie des communications sans fil commence tout juste à prendre son élan au Mexique, suite à la vente aux enchères de concessions pour la commutation automatique de canaux, les radiotélécommunications et la communication par satellite en 1997 et en 1998. On prévoit que le marché des commutations automatiques et des téléavertisseurs connaîtra une croissance annuelle de 30 % au cours des cinq prochaines années. Les compagnies de communication par satellite feront la promotion de leurs services auprès des multinationales et des grandes sociétés mexicaines à filiales multiples; les concessions devaient être mises aux enchères à la fin de 1997. Quant aux systèmes de communications personnelles (SCP), ils ne seront disponibles au Mexique que d'ici quelques années, car le gouvernement mexicain