

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 RÉVOLUTION AGRICOLE DU MEXIQUE	5
LE SECTEUR AGRICOLE	7
LE MARCHÉ DE LA MACHINERIE, DE L'ÉQUIPEMENT ET DES TECHNOLOGIES AGRICOLES	11
Les tracteurs	12
LE COMMERCE EXTÉRIEUR	13
LA CLIENTÈLE	15
LA CONCURRENCE	17
Les concurrents mexicains	17
Les concurrents étrangers	18
LES TENDANCES ET LES DÉBOUCHÉS	19
La crise économique	19
La sécheresse	20
Les débouchés pour les produits et les services	20
L'équipement pour l'élevage du bétail	20
L'équipement pour les cultures	23
LE CADRE RÉGLEMENTAIRE	24
<i>Procampo</i> et l'Alliance rurale	24
<i>Banrural</i>	26
Les tarifs douaniers	26
L'étiquetage, les normes et les certificats d'origine	26
Les mesures antidumping	27
LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ	28