

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

L'ALÉNA fera passer la zone actuelle de libre-échange de 270 millions de personnes à 360 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 a dépassé les 5,5 milliards de dollars en 1994 et devrait atteindre les 7 milliards d'ici la fin de la décennie.

Le total cumulé des investissements canadiens 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-maeci.gc.ca>

TABLE DES MATIÈRES

LE RÔLE DES PARTENARIATS DANS LE COMMERCE INTERNATIONAL	7
L'intérêt des partenariats	8
LES TYPES DE PARTENARIATS	9
Les agents et les distributeurs	9
Les coentreprises	10
La collaboration à la recherche et au développement	11
Les licences	11
La fabrication conjointe	11
La commercialisation conjointe	12
Les franchises	12
Les organisations virtuelles	13
Les formes de sociétés	13
L'aide disponible	14
LE PARTENARIAT VOUS CONVIENT-IL?	15
L'ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE PARTENARIAT	20
Assurez-vous d'avoir les bonnes personnes en place	22
Délimiter la recherche d'un partenaire	23
TROUVER LE BON PARTENAIRE	24
Obtenir de l'aide	26
Résumé	27
LES NÉGOCIATIONS	30
Comment négocier	30
Qui négocie	31
L'objet de la négociation	31
Les étapes de la négociation	33
ORGANISER L'ENTENTE	37
Le contrôle	37
La gestion	38
L'évaluation	39
Les politiques et les procédures	39
Commentaire sur la façon de mettre fin à un partenariat	40