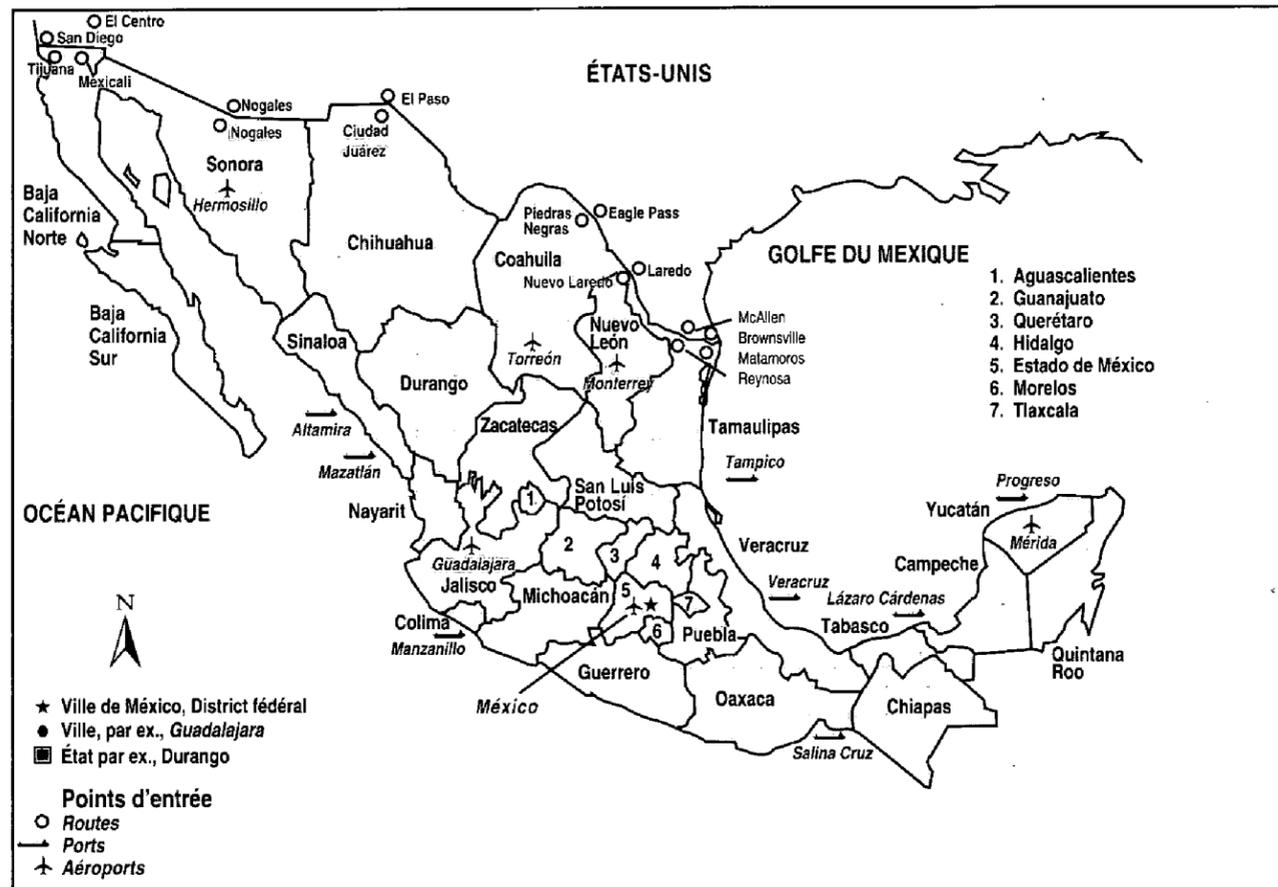


Sommaire exécutif



Un marché prometteur

Le Mexique offre aux exportateurs canadiens des débouchés très prometteurs. Les échanges commerciaux se sont accrus à un rythme ininterrompu depuis que le Mexique a mis en œuvre un vaste programme de réformes économiques au milieu des années 80. Les politiques protectionnistes en place depuis plusieurs décennies ont été abandonnées et l'application simultanée de politiques de privatisation et de déréglementation a contribué à une profonde restructuration de l'économie. Cela a suscité une demande sans précédent pour toute une variété de produits, de services et de technologies. Aussi les importations mexicaines en provenance du Canada ont-elles plus que doublé de 1992 à 1996.

Un pari à tenir

L'augmentation rapide du nombre d'entreprises canadiennes qui exportent ou envisagent d'exporter vers le Mexique a mis à rude épreuve l'aptitude du gouvernement à venir en aide aux exportateurs. Le Plan d'action pour la promotion des échanges avec le Mexique a été mis au point dans le but de faciliter une utilisation plus efficace de ressources limitées.

Équipe Canada

Cette nouvelle approche de la promotion des échanges s'inspire de la formule Équipe Canada lancée par le Premier ministre Chrétien en 1995. La coordination des efforts de promotion des divers ministères du

gouvernement et du secteur privé relève du Service des délégués commerciaux du Canada. Le Service de renseignements du Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international à Ottawa (MAECI) et les Centres de commerce international présents dans chacune des provinces offrent leurs services aux entreprises partout au pays.

Le Plan d'action

Le Plan d'action présente un ensemble intégré de renseignements sur les marchés mexicains afin de permettre aux entreprises canadiennes de préparer leurs stratégies d'exportation en tirant parti des activités que doivent entreprendre les ministères et organismes fédéraux et qui sont décrites dans les plans d'action qui accompagnent les profils sectoriels. À l'aide de ces renseignements, elles seront en mesure de faire appel aux connaissances et aux compétences des délégués commerciaux du Canada au Mexique.

Le Plan d'action établit une différence entre l'information générale sur les marchés et le renseignement commercial, plus circonscrit et portant sur des produits ou entreprises spécifiques. Il se sert de moyens distincts pour transmettre ces deux types de renseignements. Il attache par ailleurs plus d'importance aux activités axées sur l'information qu'aux programmes qui s'articulent autour de manifestations commerciales. Enfin, le Plan met davantage l'accent sur les mesures propres à aider les petites et moyennes entreprises (PME) à se préparer à l'exportation avant de se lancer sur les marchés étrangers.