



L'entrée en vigueur de l'ALENA a accentué l'importance de mieux connaître et comprendre ses partenaires, surtout pour ce qui est du Canada et du Mexique qui n'ont pas la longue tradition commerciale que possèdent les États-Unis avec ses voisins du nord et du sud.

Des études préliminaires sont en cours au département de marketing de l'Université Laval. Réalisées par deux étudiants dans le cadre de leur mémoire de MBA, ces études portent sur les perceptions mutuelles des Canadiens et des Mexicains. Parmi les résultats obtenus, plusieurs feront l'objet d'une communication devant l'Association des Sciences Administratives du Canada (ASAC), en juin prochain. Certaines conclusions de ces études présentent un intérêt particulier et s'avèrent fort utiles quant aux relations commerciales Canada-Mexique.

D'après des entrevues menées auprès de 130 sociétés d'exportation du district fédéral de Mexico (et de 150 exportateurs répartis également en Ontario et au Québec), les Mexicains « perçoivent le Canada comme étant moins développé que les États-Unis sur les plans économique et industriel », bien qu'on lui reconnaisse la même stabilité politique.

De plus, les Mexicains considèrent les Canadiens « plus dignes de confiance et de meilleurs négociateurs que les Mexicains », mais cependant pas aussi efficaces que les Américains. Les Mexicains croient que les Canadiens et les Américains sont plus professionnels qu'eux-mêmes.

Le Canada et les États-Unis obtien-

## Les perceptions : Pour comprendre ses partenaires

ent des résultats comparables pour ce qui est de la compétence de la main-d'œuvre. Par ailleurs, les Mexicains considèrent le climat commercial du Canada aussi attrayant que le leur.

« Les gens d'affaires mexicains jugent les capacités des sociétés canadiennes moins élevées que celles des entreprises américaines, sauf dans les secteurs des pâtes et papiers et de la protection de l'environnement. Dans le domaine de l'énergie, les entreprises canadiennes et américaines obtiennent des résultats comparables. Il est intéressant de signaler que, dans les secteurs de l'industrie automobile, des textiles, des mines et des produits pétrochimiques, les entreprises canadiennes et mexicaines obtiennent des résultats similaires. »

### L'étude révèle que les produits et les services canadiens sont généralement bien perçus,

mais la plupart du temps un peu moins bien que ceux offerts par les États-Unis. « Les produits et les services canadiens semblent manquer un peu de spécialisation, d'innovation et de perfectionnement par rapport aux produits américains, et ils sont offerts dans

une moins grande variété. Les Mexicains pensent aussi que les produits et les services canadiens répondent moins bien aux besoins mexicains que les produits mexicains et américains. »

Intitulée *Perceptions mutuelles des industriels canadiens et mexicains au sens du marché nord-américain*, l'étude se penche également sur l'opinion qu'ont les Canadiens du Mexique. Il semble que les entreprises mexicaines aient plutôt mauvaise réputation au Canada; elles sont considérées comme offrant une main-d'œuvre peu qualifiée, ainsi que des services après-vente et des techniques de promotion insatisfaisants.

Ces quelques renseignements permettent de conclure, avec les auteurs, qu'entre autres, « les gens d'affaires canadiens sont bien vus au Mexique et qu'ils devraient tirer parti de cette confiance qui leur est faite dans leurs relations commerciales avec les Mexicains. La confiance est en effet un élément important, car la culture mexicaine est dominée par les relations humaines. »

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec le Docteur Arellano au (418) 656-3225, Jan Propeck au (819) 682-1258 ou Marie-Hélène Labrie au (613) 996-8473.

## Accès

**Accès**, bulletin du nouveau programme Accès Amérique du Nord, est publié mensuellement et uniquement dans *CanadExport*. Les abonnés de *CanadExport* le reçoivent donc automatiquement. Le bulletin examine les débouchés qui s'ouvrent aux entreprises canadiennes au Mexique; présente des Canadiens qui font déjà des affaires sur ce marché; dresse des profils sectoriels; et annonce les activités à venir.

Nos lecteurs sont invités à nous adresser leurs commentaires, soit par la poste au ministère de affaires étrangères international, 125, promenade internationale (Ontario), K1A 0G2; soit par téléphone au (613) 992-5791. Pour tous renseignements, ou pour obtenir un exemplaire d'une brochure sur Accès Amérique du Nord, s'adresser à InfoEx au 1-800-267-8376 (à Ottawa, au 944-4000).

Mise en page/conception : Leahy C&D (Ottawa) - Tél. : (613) 748-3868; Fax : (613) 747-8401.

Imprimé au Canada

(Also available in English)

