

produits hygiéniques en papier (serviettes hygiéniques et couches principalement), produits pharmaceutiques et préparations médicinales, tissus et meubles. Les exportations dans les autres catégories ont été minimales, bien que certaines aient augmenté comme les parfums, les cosmétiques, les savons et les articles de toilette, les fourrures, les livres et autres produits imprimés, les albums, les vêtements, les réfrigérateurs, les machines à coudre, les lave-vaisselle, les radios, les lentilles cornéennes et lunettes.

Les fabricants canadiens n'ont pas fait de percée fulgurante sur le marché mexicain et sont en retard sur les États-Unis, l'Europe et certains pays asiatiques dans l'exportation de produits de plus en plus en demande sur ce marché. Plusieurs facteurs sont responsables de cette situation :

- les consommateurs mexicains connaissent très bien les produits américains, comme nous l'avons indiqué plus haut;
- les détaillants mexicains savent comment traiter avec les Américains, et bon nombre d'entre eux ont des représentants ou des distributeurs exclusifs aux États-Unis et dans certains pays asiatiques qui les approvisionnent en articles nouveaux et promotionnels, qu'il s'agisse de vêtements ou autres produits;
- la proximité géographique du pays avec les États-Unis;
- les distributeurs locaux entretiennent des relations de longue date avec les fabricants et distributeurs américains;
- les produits fabriqués en Asie sont généralement vendus à meilleur prix et offrent des modes de financement souvent très attrayants;
- la réputation de haute qualité associée aux produits européens et la présence au Mexique de plusieurs magasins européens, notamment les magasins à rayons;
- les détaillants et consommateurs mexicains connaissent très peu ou pas du tout les produits canadiens;
- les fabricants canadiens sont très peu intéressés à vendre leurs produits au Mexique, c'est du moins l'idée que se font les détaillants mexicains qui ont indiqué n'avoir pratiquement pas reçu de catalogues, d'appels ou de visites de fabricants et de négociants canadiens.

À l'heure actuelle, le marché des produits de consommation importés est en pleine expansion au Mexique, et il existe des débouchés sur ce marché pour les produits canadiens. Voici un aperçu des stratégies à adopter pour percer le marché mexicain :

- Participer aux foires commerciales qui se tiennent au Mexique ou organiser une exposition consacrée exclusivement aux produits de consommation canadiens. L'un des plus grands événements à se tenir chaque année dans ce secteur est le congrès et la foire commerciale de l'ANTAD (Association nationale des supermarchés et des magasins à rayons) qui attire au-delà de 15 000 cadres provenant de plus de 100 magasins à succursales. La prochaine foire annuelle aura lieu à Guadalajara du 21 au 24 mars 1992. D'autres entreprises organisent également des expositions, à intervalles réguliers, mais elles portent généralement sur un thème particulier (vêtements, chaussures, textiles, produits électroniques, articles domestiques, etc.).