

Les Canadiens qui s'intéressent au marché mexicain auraient avantage à connaître le bureau d'Ottawa du **SECOFI** (Secretaria de Comercio y Fomento Industrial), le Secrétariat du commerce et du développement industriel.

M<sup>me</sup> Yvonne Stinson, ministre responsable de l'ALENA et des Affaires commerciales au Bureau de représentation du **SECOFI** au Canada, passe une bonne partie de son temps à voyager dans tout le pays pour rencontrer des groupes de gens d'affaires, leur expliquer en quoi son bureau peut leur être utile et inciter les exportateurs à profiter de cette aide.

M<sup>me</sup> Stinson relève directement du ministre du Commerce, M. Jaime Serra Puche, que les gens d'affaires canadiens ont appris à connaître lors des négociations sur l'ALENA. À titre de conseillère du ministre à Ottawa, M<sup>me</sup> Stinson dirige l'équipe chargée d'aider les entreprises mexicaines qui souhaitent se lancer sur le marché canadien ou y prendre de l'expansion.

Le **SECOFI** veut également attirer les sociétés canadiennes au Mexique et, dans la mesure du possible, leur faciliter la tâche.

«Ce que nous essayons de faire, explique M<sup>me</sup> Stinson, c'est d'établir des ponts entre le Canada et le Mexique.»

Le **SECOFI** travaille en étroite collaboration avec un certain nombre d'organismes pour coordonner les efforts du Mexique en matière de promotion des échanges commerciaux. Le **SECOFI** présente lui-même les perspectives et les politiques gouvernementales.

La banque mexicaine d'expansion des exportations, Bancomext, remplit une fonction similaire, bien que pas tout à fait équivalente, à celle de la Société canadienne pour l'expansion des exportations. La Bancomext est responsable de la promotion du commerce. Étant une banque, elle peut jouer un rôle dominant dans ce domaine. Elle a des bureaux à Montréal, Toronto et Vancouver et ce sont eux qui organisent des foires commerciales, des salons, des missions et autres activités

semblables au Canada.

Un autre intervenant important est le Conseil mexicain de l'investissement, dont le rôle consiste à encourager et conseiller les Canadiens et autres personnes qui s'intéressent au Mexique.

M<sup>me</sup> Stinson et le **SECOFI** travaillent avec la Commission pour la promotion des exportations (Compex). Cette collaboration permet aux sociétés mexicaines actives sur les marchés étrangers de rencontrer régulièrement les hauts fonctionnaires du gouvernement pour résoudre des problèmes spécifiques aux exportations mexicaines et promouvoir des projets axés sur les marchés étrangers. Les compétences de la Compex ont été intégrées à la Loi mexicaine sur le commerce extérieur; cet organisme a le pouvoir, entre autres, de coordonner les activités des secteurs privé et public en ce qui a trait à l'exportation des produits et services.

Sur le plan international, la Compex traite de questions qui intéressent l'ensemble des exportateurs, c'est-à-dire les obstacles à l'accès, les tarifs, les frais et services de transport et les normes. La Compex compte actuellement trois missions au Canada, soit à Montréal, Toronto et Vancouver. Elles organisent de temps à autre des débats ouverts pour rencontrer les exportateurs canadiens et les informer sur des questions bien précises concernant le commerce avec le Mexique.

La Ministre conseille également les sociétés canadiennes sur les questions de politique et sur le processus d'évolution des stratégies du Mexique en matière de politique commerciale. Les gens d'affaires veulent être informés du cadre juridique du Mexique, des nouvelles lois régissant le commerce, du cadre commercial et de la réglementation, ainsi que de tout ce qui a changé depuis l'entrée en vigueur de l'ALENA. Ils veulent également savoir comment les Mexicains perçoivent le Canada et les entreprises canadiennes. La Ministre est ainsi amenée à parler de toutes sortes de sujets, notamment de l'énergie et des mécanismes de résolution des différends — interprétation du

chapitre 19 de l'ALENA.

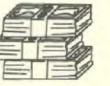
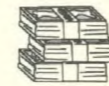
Le **SECOFI** publie quelques documents à l'intention des Canadiens. L'un d'entre eux, intitulé **Forging a New Relationship**, a fait l'objet d'une large distribution il y a un an; il sera mis à jour au début de 1995 («Le Mexique aura des élections cette année, explique M<sup>me</sup> Stinson. Le moment n'est donc pas propice au règlement de toutes les questions officielles...»). Il importe de noter cependant que le bureau du **SECOFI** reçoit de nombreuses publications mexicaines, autant des secteurs privé que public. Nombre d'entre elles sont en espagnol, mais certaines, comme une excellente série du Conseil mexicain de l'investissement, ont été traduites.

«Notre bureau peut aider les gens à trouver l'information dont ils ont besoin, souligne M<sup>me</sup> Stinson, à défaut de quoi il leur indique où ils peuvent se la procurer. Il arrive même que nous appelions au Mexique pour obtenir certains renseignements.»

On peut obtenir une publication récente du **SECOFI**, intitulée **The Legal Framework**, en faisant la demande par télécopieur au bureau d'Ottawa au numéro (613) 235-1129.

La Ministre prévient toutefois que le **SECOFI** ne peut se substituer aux experts-conseils ou aux représentants contractuels; son rôle se limite plutôt à fournir de l'information. «En premier lieu, je dirige souvent les gens vers la Bancomext, dit-elle, qui possède une excellente base de données.»

M<sup>me</sup> Stinson, qui a occupé le poste d'agent de négociation dans le cadre de l'ALENA avant de travailler au bureau du **SECOFI** à Washington, sent que sa venue au Canada lui permettra de «boucler la boucle. Il faut apprendre à se connaître pour faire avancer les choses, dit-elle. Mon rôle ici est de servir mon pays. Je peux aider les personnes intéressées à obtenir des rendez-vous qui leur permettront d'aller de l'avant dans leurs affaires. Je vais contribuer à les mettre sur la bonne voie. Les instructions que m'a données le ministre du Commerce sont claires : nous devons trouver des solutions.»



«LES CLIENTS VONT-ILS ME PAYER?»

Les exportateurs ont toujours cette question à l'esprit, surtout quand ils se lancent dans un nouveau marché. Cela est d'autant plus vrai s'il s'agit d'un marché où les procédures et les méthodes commerciales diffèrent des nôtres.

Nombre d'exportateurs canadiens se sont aventurés ces dernières années sur le marché mexicain, encouragés par les débouchés ouverts par l'ALENA, et bon nombre d'entre eux y sont déjà établis.

D'autres se montrent prudents, ne serait-ce que parce qu'ils s'inquiètent de ne pas être payés à temps.

Les entreprises peuvent encore manifester quelques appréhensions, malgré des plans d'affaires bien structurés et des budgets qui prévoient des études de marché, des séjours de prospection et la participation à des délégations et à des foires commerciales.

En matière financière, les incertitudes sont nombreuses. L'importateur n'est pas responsable des conditions du marché local. Qu'arrivera-t-il en cas de fluctuations excessives de la monnaie étrangère ou de la nôtre? Quel est le degré de stabilité politique du pays et quelles en seront les conséquences sur le taux de change? Qu'en est-il des frais imprévus? Que se passera-t-il si les marchandises sont égarées?

Ce sont des questions qui préoccupent les exportateurs, en particulier les petites et les moyennes entreprises peu aptes à se protéger.

La **Société pour l'expansion des exportations** (SEE) est l'une des principales sources d'aide à la disposition des

exportateurs. Elle offre des services d'assurance et de financement qui répondent aux besoins de ses clients.

En 1992, le Mexique est devenu le quatrième marché en importance de la SEE. L'assurance-crédit qu'offre la Société garantit les comptes clients d'un exportateur canadien s'il y a défaut de paiement. Souvent les banques acceptent l'assurance-crédit de la SEE en garantie de la marge de crédit.

La SEE peut aussi faciliter les achats de biens d'équipement en fournissant à vos clients du financement à moyen et à long terme. Pour s'acquitter de sa part de la transaction, votre client mexicain a accès au financement canadien par le biais de l'une ou l'autre d'une douzaine de lignes de crédit que la SEE a ouvertes au bénéfice d'entreprises ou d'organisations mexicaines. Bien que la plupart des lignes de crédit de la SEE soient établies avec des banques, la Société a conclu des ententes de crédit avec la CFE, société nationale d'électricité, PEMEX, pétrolière mexicaine, et TELMEX, compagnie de téléphone du Mexique.

On lit dans le rapport annuel 1992 de la SEE que le Mexique constitue un marché de choix pour ses clients : la SEE a soutenu en 1992 plus de 50% de toutes les exportations visibles de marchandises canadiennes à destination du Mexique. Les ventes que la SEE a assurées à court et moyen terme ont totalisé, en 1993, 466 millions \$ CAN.

Le financement à moyen et à long terme n'est accordé par la SEE que pour le commerce de biens d'équipement. Si vous exportez des biens de consommation, il vaut mieux vous adresser à **vo**

**banque**. Votre succursale locale est reliée à un réseau qui est présent sur les marchés financiers mexicains. Quatre des grandes banques canadiennes ont des bureaux au Mexique.

On retrouve dans la plupart des banques des spécialistes des lettres de crédit et des transactions en devises étrangères. Outre des services de crédit commercial, les banques peuvent vous offrir des conseils sur la façon de structurer votre financement. Certaines pourront même vous remettre une lettre de référence à l'intention du représentant de la banque au Mexique ou de leurs homologues dans les établissements financiers mexicains.

Un jour ou l'autre vous devrez vous adresser aux **banques mexicaines**. C'est une démarche nécessaire au succès de vos exportations. Seules les banques mexicaines vous accorderont un prêt en vue d'acquiescer des biens immobiliers ou de financer une coentreprise. Une grande part des activités de la SEE au Mexique sont réalisées par le biais des banques mexicaines. Si vous exportez des marchandises mexicaines au Canada ou dans un autre pays, le Mexique, comme le Canada, compte des programmes et des organismes pouvant vous venir en aide, y compris vous offrir des prêts à l'exportation à des conditions de faveur.

Aucun établissement financier n'accordera sciemment de l'aide à une entreprise qui n'a pu démontrer sa viabilité dans le passé. Mais l'exportateur qui s'est bien préparé pourra obtenir un prêt qui lui permettra de franchir les derniers obstacles vers un nouveau marché.

## La mode — suite de la page I

fabricants de vêtements américains feront leur apparition au Mexique. «C'est maintenant qu'il faut agir», déclare-t-il.

Fitzwright Holdings, un confectionneur de vêtements de Langley (Colombie-Britannique), a exploité une usine à Mexicali pendant trois ans pour la fermer après en avoir analysé les coûts d'exploitation. Encore là, l'entreprise a constaté que le seul avantage qu'offrait le Mexique par rapport au Canada portait sur les salaires. Compte tenu du loyer foncier et des pratiques de travail différentes, l'entreprise a conclu qu'elle

aurait tout à gagner en revenant au Canada.

Fabricant de vêtements de plage et de sports nautiques, Fitzwright confectionne «une multitude de produits différents en très petites quantités. Pour tirer profit des faibles salaires des pays du tiers monde, dont le Mexique fait partie, il faut habituellement fabriquer en assez grande quantité.»

Eduardo Lulka rappelle que le Canada est très bien perçu hors de ses frontières et que les Mexicains adorent les griffes étrangères. Compte tenu des disparités économiques du Mexique, M. Lulka estime que le marché visé (la classe moyenne) est à peu près comparable à

celui du Canada, soit de 25 à 26 millions de consommateurs. Il estime cependant qu'avec l'entrée en vigueur du libre-échange, les autres, soit environ 60 millions de Mexicains verront progressivement leur situation économique s'améliorer et entreront sur le marché.

«Les couturiers canadiens doivent battre le fer pendant qu'il est chaud, conclut M<sup>me</sup> Outram. On s'intéresse au Canada, à l'environnement, aux Amérindiens et aux réalisations en matière de recherche et de technologie. Les Mexicains demandent des produits d'origine canadienne et nous avons la ferme intention d'en tirer le maximum.»