

## SURVOL DU MARCHÉ

En août 1992, les responsables du commerce du Canada, du Mexique et des États-Unis annonçaient la conclusion des négociations de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Après ratification (l'entrée en vigueur est prévu pour 1994), l'ALENA créera la plus importante zone de libre-échange au monde : un marché de quelque 365 millions de consommateurs dans trois pays dont le produit national brut (PNB) total dépassera les 6 billions de dollars. Le Mexique est déjà le plus grand partenaire commercial du Canada en Amérique latine. On estime que le commerce bilatéral entre ces deux pays, qui dépassait 3,1 milliards de dollars en 1991, doublera d'ici l'an 2000 par suite de l'élimination graduelle des tarifs et des licences d'importation qui protégeaient l'industrie mexicaine de la concurrence étrangère. Déjà, les exportations canadiennes vers le Mexique ont augmenté de beaucoup aux trois premiers trimestres de 1992. Les politiques appliquées par le gouvernement du Mexique depuis 8 ans ont contribué à rendre l'économie mexicaine davantage axée sur le marché et à faire du pays un partenaire à part entière dans la mondialisation des marchés.

L'ALENA ouvrira une foule de nouveaux débouchés aux exportateurs canadiens de poisson et d'aliments transformés, bien que bon nombre d'entre eux n'aient encore jamais exporté sur le marché mexicain. Compte tenu des tendances actuelles de l'économie mexicaine, les débouchés pour les produits alimentaires canadiens devraient continuer à croître à un rythme soutenu au cours des prochaines années. Les changements observés dans les habitudes alimentaires des Mexicains, occasionnés par l'urbanisation et la hausse des revenus, ont eu pour effet de créer des occasions d'affaires très intéressantes pour les exportateurs canadiens de produits alimentaires. Pour réussir au Mexique, les fournisseurs canadiens doivent connaître à fond le marché et offrir des produits concurrentiels adaptés aux nouvelles exigences des Mexicains.

Au Mexique, la consommation apparente totale de poissons, de crustacés et de mollusques a augmenté de 13 p. 100 en moyenne au cours des quatre dernières années, dépassant aujourd'hui un million de tonnes. On s'attend à ce que le marché mexicain des produits de la pêche continue à progresser au rythme annuel moyen de 3,5 p. 100 pour atteindre 1,2 milliard de dollars américains en 1994. Le Canada détient une part moyenne de 4,2 p. 100 du marché des importations, constituée essentiellement de produits de la pêche frais et congelés, dont le saumon, la morue, le merlu, le homard et le crabe. Le marché mexicain des aliments transformés offre également de bonnes possibilités aux entreprises canadiennes. Des fournisseurs canadiens de spécialités alimentaires ont trouvé un créneau dans le marché mexicain en dépit de la concurrence américaine.

Le Mexique est entré dans une nouvelle ère en tournant le dos au protectionnisme et en ouvrant son marché à la concurrence internationale : on a libéralisé les investissements étrangers, l'ALENA prévoit l'élimination graduelle des tarifs douaniers entre le Canada et le Mexique, de nombreuses barrières non tarifaires ont été levées et les règlements désuets et inutiles sont des obstacles en voie de disparition. En libéralisant son commerce, le Mexique a entrepris de renforcer ses relations économiques avec le reste du monde, notamment le continent nord-américain. Les exportateurs canadiens de poisson et d'aliments transformés sont en bonne position pour se tailler une place dans le marché mexicain. Le nombre de visiteurs à l'ambassade du Canada à Mexico a plus que quadruplé au cours du premier semestre de 1992, ce qui dénote un intérêt accru pour un marché trop longtemps négligé par les exportateurs canadiens.