

- Délégation d'acheteurs mexicains de produits alimentaires, foire Canadian Food and Beverage, Toronto, février 1998
- Délégation d'acheteurs mexicains de bétail, Royal Winter Fair, Toronto, du 6 au 15 novembre 1997
- Délégation d'acheteurs mexicains à la foire Agribition, Regina, du 23 au 30 novembre
- Stand d'information à la foire alimentaire Antad, Guadalajara, du 13 au 16 mars 1998
- Stand d'information à la foire alimentaire Expo de las Américas, Mexico, du 28 au 30 avril 1998
- Délégation d'acheteurs/grossistes mexicains, Toronto, août 1998
- Tournée pancanadienne des délégués commerciaux responsables du secteur agricole, en poste au Mexique et ailleurs en Amérique latine, février 1998
- Délégation canadienne à la foire du secteur de la restauration et de l'hôtellerie, Mexique, printemps 1998.

Sensibilisation

- Promouvoir la supériorité des céréales et oléagineux canadiens en utilisant les instruments promotionnels mis au point par l'Institut international du Canada pour le grain
- Foro de Ganado Bovino/Lechero
- Colloques sur l'huile de canola et les tourteaux de canola
- Activités organisées par l'Agence d'examen des investissements étrangers et BANCOMEXT relativement à la promotion du bétail
- Colloque relatif aux renseignements sur le marché et à l'accès au marché dans le secteur de l'agroalimentaire et des aliments de transformation, destiné aux entreprises de l'Ouest canadien qui exportent vers le nord du Mexique

- Participer à la rencontre du Comité agricole mixte
- Participer au groupe de travail de l'ALENA sur l'agriculture et sur les mesures sanitaires et phytosanitaires, et au groupe de travail sur les mesures sanitaires et phytosanitaires de la Zone de libre-échange des Amériques
- Collaborer avec la SEE pour fournir des crédits aux exportateurs canadiens à des conditions concurrentielles:

Équipement pour l'entretien des automobiles et pièces de rechange

Le secteur mexicain de l'automobile est dominé par cinq multinationales. Les activités des « Trois Grands » américains en Amérique du Nord sont fortement intégrées. Les fabricants canadiens participent au marché mexicain des pièces d'origine grâce à leurs affiliations avec les Trois Grands au Canada. Il y a également des possibilités pour les grandes entreprises qui désireraient investir au Mexique. C'est ainsi que MAGNA Corporation a d'importantes activités au Mexique, en relation étroite avec Volkswagen.

Le marché des pièces de rechange comprend toutes les pièces et tous les accessoires vendus aux consommateurs et aux mécaniciens après le montage de la voiture. On estime que le parc des véhicules automobiles mexicains s'élève à 10 millions, dont trois millions dans la ville de Mexico. L'âge moyen des véhicules en circulation au Mexique est d'environ 9,5 ans, soit près du double de ce qu'il est au Canada. En 1997, on prévoit que la valeur du marché des pièces de rechange s'élèvera à quelque 3,5 milliards de dollars US, dont environ 55 % seront importées. Le marché des pièces de rechange constitue un secteur très traditionnel, qui compte des centaines de fournisseurs de petite et de moyenne taille, un système de distribution comportant de multiples filières et relativement peu d'obstacles à l'entrée sur le marché.

Traditionnellement, la part canadienne du marché de ce secteur a toujours été très faible, mais en 1995 et en 1996 les exportations canadiennes ont fait un bond impressionnant de 218 %. En 1996, elles ont atteint un montant de 84 millions de dollars US par année. Cette croissance s'explique par deux facteurs. Premièrement, la dévaluation du peso en 1994 a entraîné la rupture d'un grand nombre des liens qui avaient été établis entre les fournisseurs d'importations et les distributeurs mexicains au cours des cinq années de croissance qui ont précédé la dévaluation. De nombreux fournisseurs américains ne sont pas revenus au Mexique et ont cherché de nouveaux débouchés ailleurs. Au même moment, les organisations industrielles et les organismes gouvernementaux au Canada ont continué de faire la promotion du marché mexicain, et les fournisseurs canadiens y ont découvert des clients qui recherchaient sans succès des produits qu'ils pouvaient leur vendre.

En 1995, l'industrie automobile s'est rapidement adaptée à la dévaluation du peso et il s'est engagé un processus de rationalisation qui devrait se poursuivre pendant quelque temps. Le nombre de fabricants mexicains a diminué de 25 % tandis que leur part du marché augmentait de 30 % en 1994 à 50 % en 1995; pendant ce temps, le chiffre d'affaires total passait de 1,2 milliard à 1,3 de dollars US. En ce moment, bon nombre des producteurs mexicains exportent et leurs produits sont compétitifs à l'échelle mondiale, tant du point de vue des prix que de la qualité.

Les ventes de pièces de rechange importées au Mexique ont chuté d'un sommet sans précédent de 3 milliards de dollars US en 1994 à 1,2 milliard en 1995. Le marché mexicain a, à toutes fins utiles, cessé d'acheter des pièces et des accessoires qui n'étaient pas essentiels lorsque la crise économique a frappé le pays. Certains segments du marché ont toutefois crû à des taux alarmants principalement en raison de la forte poussée des vols de voitures, notamment à Mexico. Tous les types de produits de sécurité,

depuis les simples barres antivol jusqu'aux appareils électroniques de repérage perfectionnés, ont fait d'énormes progrès sur le marché depuis la dévaluation. En outre, les pièces et accessoires qui sont le plus souvent volés – autoradios, antennes, pare-chocs, enjoliveurs de roues, etc. — sont devenus des articles de rechange qui se revendent très bien. Le peso ayant maintenant retrouvé son cours normal sur le marché et le pouvoir d'achat s'étant rétabli en partie, les ventes d'accessoires et de pièces de rechange non essentiels importés vont commencer à se redresser.

Débouchés

Pour les PME, la plupart des débouchés se trouvent sur le marché du matériel d'entretien et de réparation ainsi que sur celui des pièces et accessoires. L'âge moyen élevé des automobiles mexicaines et les pressions exercées pour réduire les émissions polluantes ont contribué à faire augmenter sensiblement la demande pour ces deux types de produits. Ce marché a encore pris davantage d'ampleur avec la crise économique, qui a provoqué une chute marquée des ventes de véhicules neufs et poussé les consommateurs à conserver leurs véhicules plus longtemps.

Mexico applique un programme obligatoire de contrôles environnementaux et de vérification des véhicules deux fois par année. Cette règle a suscité l'apparition d'une forte demande pour les analyseurs de gaz et d'autres types d'équipement de diagnostic. Le Mexique n'est pas réellement en mesure de produire cet équipement et les importations accaparent environ les trois quarts du marché.

Les débouchés dans le domaine des pièces et des accessoires se sont également accrus à une allure rapide. L'automobile est un objet de luxe au Mexique et les consommateurs prennent généralement soin de leurs véhicules, ce qui explique l'importance du marché des pièces et accessoires. Il est courant pour un automobiliste mexicain de les acheter dans un magasin de détail et de les apporter à un petit garage ou à