

L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE NORD-AMÉRICAIN (ALÉNA)

L'ALÉNA fera passer la zone actuelle de libre-échange de 270 millions de personnes à 360 millions — un marché plus important que celui des 15 pays de l'Union européenne avec une production nord-américaine totale d'environ 7 billions de dollars.

Le Mexique est le plus important partenaire commercial du Canada en Amérique latine. Le commerce bilatéral entre les deux pays a dépassé les 5,5 milliards de dollars en 1994 et devrait atteindre les 7 milliards d'ici la fin de la décennie.

Le total cumulé des investissements canadiens au Mexique augmente rapidement, ayant passé de 452 millions de dollars en 1992 à plus de 1,2 milliard en 1994.

Ce guide de marché a été préparé en tenant compte des problèmes auxquels la personne qui envisage d'exporter est confrontée. Il ne s'agit toutefois pas d'un document exhaustif et les conditions, les intérêts et les besoins particuliers à chaque cas commanderont la façon dont les entreprises doivent adapter leur approche et leur stratégie au marché mexicain.

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser aux Centres de commerce international (cf. Où obtenir de l'aide additionnelle), ou à l'InfoCentre aux numéros suivants :

Téléphone : 1-800-267-8376 ou (613) 944-4000
Télécopieur : (613) 996-9709
FaxLink : (613) 944-4500
Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI) :
1-800-628-1581 ou (613) 944-1581

TABLE DES MATIÈRES

LA NOUVELLE RÉALITÉ DES FABRICANTS MEXICAINS	7
LE SECTEUR DE LA MACHINE-OUTIL	8
Les machines-outils pour le travail du métal	10
La machinerie pour la fabrication des plastiques	11
Les techniques de production	12
La robotique	13
LE RÔLE DES IMPORTATIONS	15
LA CLIENTÈLE	19
Le secteur de l'automobile	19
Les pièces d'automobile	22
Les outils à main	23
Les chemins de fer	24
Le secteur du travail du métal	25
Le secteur de l'acier	26
Le secteur de l'emballage et de l'embouteillage	26
Les adhésifs, les agents de scellement et les plastiques pour le secteur de la peinture	27
Le secteur de l'électroménager et des articles ménagers	27
Les autres secteurs consommateurs	28
Les universités	28
Université nationale autonome du Mexique	29
L'Institut de technologie de Monterrey	29
Institut polytechnique national	29
Le rôle des instituts de recherche	30
LA CONCURRENCE	31
Les concurrents mexicains	33
LES TENDANCES ET LES DÉBOUCHÉS	34
Les débouchés pour les produits	35
L'équipement usagé	36
Les services de conseils	36