

bonne impression que laissent les Canadiens en visite au Mexique ne se traduit-elle pas toujours par des commandes immédiates. Trop souvent, les acheteurs mexicains préfèrent les marques américaines qu'ils connaissent déjà. On peut surmonter cet obstacle, tout au moins en partie, en amenant d'éventuels clients mexicains à venir au Canada pour y voir par eux-mêmes les produits et les services qu'il peut leur offrir. Ces missions comprendront des visites d'usines et d'installations techniques, ainsi que de foires commerciales au Canada. Cette formule de jumelage sélectif fait en sorte que les ressources sont affectées aux secteurs qui offrent au Canada les meilleures perspectives de ventes.

Un changement d'approche

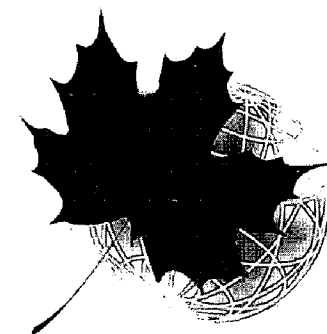
Les éléments du Plan d'action décrits dans les sections précédentes ne sont pas des démarches isolées. Ils font partie d'une nouvelle approche conçue pour assurer une concordance étroite entre les besoins des exportateurs canadiens et les capacités d'Équipe Canada. Un élément important du plan d'ensemble consiste à veiller à ce que toute demande de renseignement venant des gens d'affaires canadiens soit traitée rapidement et efficacement.

La Direction interaméricaine et du Mexique à Ottawa et l'ambassade canadienne à Mexico ont pris une série de mesures visant à faire valoir la

valeur du service à la clientèle malgré la réduction des ressources humaines et financières disponibles. Parmi ces mesures, on peut citer les suivantes :

- fournir aux gens d'affaires intéressés, par l'intermédiaire du Service de renseignements, un accès facile (télécopieur, Internet, copie papier) à une information actualisée sur le marché mexicain;
- donner aux fonctionnaires en poste au Canada et à l'ambassade la formation qui leur permettra de préparer des analyses utiles qui comprendront des renseignements concrets sur des débouchés précis aussi bien que des renseignements généraux sur le marché mexicain; un élément essentiel de cette initiative sera la création de liens plus efficaces entre les clients du secteur des affaires au Canada et les spécialistes en poste au Mexique qui sont familiers avec des marchés sectoriels et régionaux précis;
- recueillir les réactions des clients à intervalles réguliers afin d'améliorer les services mis à leur disposition;
- réorienter l'organisation des manifestations commerciales de façon à mettre l'accent sur les activités davantage axées sur la concordance produits/débouchés et sur l'acquisition de renseignements concrets sur des marchés précis.

Le contexte commercial du Mexique



En 1997, le président Zedillo arrivait à mi-parcours de son mandat de six ans. Après deux années d'adaptation très difficile pour la plupart des secteurs industriels du Mexique, les statistiques macroéconomiques redevenaient positives. L'économie mexicaine a maintenant connu deux trimestres consécutifs de forte croissance et tout indique que cette tendance va se poursuivre. La plupart des économistes prédisent le maintien de la croissance et le recul de l'inflation jusqu'en l'an 2000. Si les répercussions de la dévaluation de 1994, y compris le taux élevé d'inflation et la faible augmentation des salaires, ont porté atteinte au pouvoir d'achat des consommateurs jusqu'en 1996, on a pu observer une amélioration graduelle en 1997. Il s'ensuit que les marchés commerciaux et industriels continueront d'offrir plus de promesses que celui de la consommation en ce qui concerne les exportations vers le Mexique. L'exception à cette règle réside dans l'accroissement du taux de consommation des Mexicains les plus riches (tranche de 10 % au sommet de l'échelle), dont les habitudes de dépenses se sont rétablies rapidement en 1997.

Le produit intérieur brut (PIB) du Mexique a progressé de 5,1 % en 1996, après une contraction de 6,8 % en 1995; on prévoit qu'il croîtra de 7 % en 1997. En valeur courante, le PIB reste inférieur d'environ 25 % au sommet atteint en 1994. Au cours des quatre prochaines années (1997-2000), il devrait continuer de croître au rythme d'environ 5 % par année. Le taux d'inflation diminuera en 1997 pour se situer à environ 17 %, et il continuera de baisser par la suite (12 % en 1998) pour se stabiliser à environ 10 % à la fin du siècle.

Le peso, qui a tant perdu de sa valeur en 1995, se montre stable depuis près de deux ans et il s'est même apprécié, en valeur réelle, lorsqu'on tient compte de facteurs comme l'inflation. Toutefois, dans le cadre d'un régime de fluctuation libre de la monnaie, le peso devrait bientôt commencer à se déprécier de 7 % à 10 % par année par rapport au dollar américain. Si le marché permet à ce genre de rationalisation de se poursuivre, la balance commerciale du Mexique demeurera légèrement positive en 1997 et glissera lentement vers un bilan négatif en 1998 et en 1999. On estime que le Mexique continuera d'attirer annuellement de 8 à 10 milliards de dollars en investissements étrangers, ce qui aidera à contrebalancer tout déficit futur du compte courant.

En août 1997, les réserves du Mexique s'élevaient à 22,7 milliards de dollars US, dont 7,1 milliards appartenaient au Fonds monétaire international, de sorte que le total net des réserves s'établissait à 15,6 milliards de dollars. Des réserves aussi importantes assurent une bonne protection contre tout déséquilibre prévisible des échanges commerciaux. Toutefois, étant donné que les investissements étrangers transigés sur la bourse mexicaine s'élèvent à plus de 40 milliards de dollars US, le risque de fuite des capitaux est toujours présent, en particulier si l'on tient compte de la fluidité de la dynamique politique.

Les élections de juillet 1997 revêtaient une importance historique, tant du point de vue de leur crédibilité que du point de vue des transformations auxquelles elles vont donner lieu. Fait important entre tous, le parti au pouvoir (Partido Revolucionario Institucional,