

**N**ul doute que vous êtes déjà au courant : vendre des produits canadiens au Mexique n'a jamais été aussi facile. Votre plan d'entreprise est au point, mais qu'en est-il du problème du financement?

«Le premier obstacle à surmonter», nous dit Ed Pelger, directeur de projet au Nouveau-Brunswick, «est de trouver le temps et l'argent qui manquent pour réussir son entrée dans un marché.»

Ne vous découragez pas, la conjoncture est tout à fait favorable au financement des échanges avec le Mexique. Le représentant au Canada d'une banque mexicaine nous affirme que «si le risque est jugé acceptable, le financement est disponible».

De renchérir Jeffrey L. Schneider, représentant à Mexico de la Banque de Montréal : «Ce n'est pas le crédit à court terme pour les exportations qui manque!»

Un diplomate en poste à Mexico nous fait part d'une évaluation plus prudente : «Par rapport à la situation d'il y a 18 mois, les banques font preuve d'une certaine prudence, en raison du ralentissement de la croissance au second semestre de l'année dernière. Par contre, si l'on compare avec la morosité de la période 1982-1988, alors, oui, il y a lieu d'être optimiste.»

Les raisons ne manquent pas pour expliquer la conjoncture favorable, la principale étant la mise en œuvre de l'Accord de libre-échange nord-américain, l'ALENA. En 1993, le commerce bilatéral Canada-Mexique a atteint près de 4,2 milliards de dollars<sup>1</sup>. Rien n'interdit de penser que ce chiffre ne pourra qu'augmenter dans un proche avenir, surtout si l'on considère que les 85 millions de Mexicains importent chaque mois pour 5 à 6 milliards de dollars américains en biens et services.

Des chiffres comme ceux-là n'ont pas échappé à l'attention des banquiers tant canadiens que mexicains. Les investisseurs mexicains, après avoir placé leurs fonds au nord du Rio Grande pendant plus de dix ans, rapatrient aujourd'hui leurs placements au Mexique dans ce qui constitue l'un des plus massifs revirements de l'histoire de la finance internationale. En 1992, les apports nets de capitaux au Mexique ont totalisé 23 milliards de dollars américains - tout cet argent n'attend que les bonnes occasions d'affaires.

<sup>1</sup> Sauf indication contraire, toutes les sommes sont exprimées en dollars canadiens.



**Le représentant au Canada  
d'une banque mexicaine  
nous affirme que «si le  
risque est jugé acceptable,  
le financement est  
disponible».**

## À la recherche du financement

Il ne faudrait pas croire pour autant qu'un pont d'or attend les exportateurs canadiens intéressés au marché mexicain. Les fonds sont disponibles, mais les fournisseurs manquant de sérieux, d'engagement ou de patience sont priés de s'abstenir.

Alf Chaiton, vice-président au Développement de programme, du Forum pour la formation en commerce international (FITT), nous prévient : «Il ne s'agit surtout pas de dire à votre banquier : "L'ALENA est signé, ça veut dire des débouchés au Mexique, j'ai besoin d'une marge de crédit, vite". Vous devez lui montrer que vous avez une bonne stratégie commerciale, les châteaux en Espagne ou au Mexique ne l'intéressent pas.»

Il en va du commerce avec l'étranger comme des affaires au Canada : les relations avec votre banquier sont un facteur important. «Vos rapports avec la banque sont bons? Votre projet est solide? Votre banquier vous écoutera avec intérêt.» Tout aussi importantes seront les relations de votre partenaire mexicain avec son banquier.

M. Chaiton ajoute qu'«il faut être déterminé pour réussir dans le commerce international». FITT, comme d'ailleurs d'autres organisations dans le domaine, veut, entre autres, aider les entreprises canadiennes à acquérir cet état d'esprit par une bonne préparation.

Gilles Lebrun, directeur de la Formation et du counselling, à la BFD, et coordonnateur du Club montréalais des nouveaux exportateurs, insiste sur l'importance qu'il faut accorder à la préparation d'un plan d'entreprise clair et d'un plan financier solide. «Faites et refaites vos calculs, un plan d'entreprise n'est pas un catalogue de promesses. Nous sommes là pour conseiller

les exportateurs; nous devons parfois servir des mises en garde, quand leurs projets dépassent leurs capacités. Certains sont trop prudents, leur projet ne va pas assez loin, c'est notre rôle de les encourager à développer leur proposition.»

Un responsable d'une banque mexicaine nous dit qu'un «bon risque», c'est une entreprise dont les bénéfices sont intéressants, les actifs suffisants et la croissance régulière. Peter Wren, directeur administratif de la division des finances commerciales à Toronto, de la Banque de Montréal, précise : «Les banques vont examiner divers points, comme les capacités d'exploitation, la trésorerie, les compétences des dirigeants de l'entreprise, leur expérience, etc.» Un autre responsable bancaire insiste quant à lui sur la dimension financière : «La capitalisation de l'entreprise doit être adéquate, sans quoi une banque ne s'intéressera pas au projet.»

En règle générale, il est crucial de savoir d'où le financement viendra avant de conclure une affaire, pour la simple raison que les taux d'intérêt mexicains sont très élevés par rapport aux taux canadiens. Si l'acheteur mexicain paie vos marchandises en utilisant sa marge de crédit bancaire, il fera face à des taux d'intérêt entre 20 et 30 p. 100, nous dit M. Chaiton. S'il utilise un prêt commercial, il peut s'attendre à des taux de 23 à 25 p. 100, ou même plus.

Par rapport à leurs homologues canadiens, les banquiers mexicains sont aux prises avec un coût du capital plus élevé - et appliquent des écarts plus grands. Si les bons du Trésor offrent au Canada un rendement d'environ 3 p. 100, l'instrument mexicain équivalent offre des rendements aussi élevés que 11 ou 12 p. 100.

Si vous pouvez indiquer à votre partenaire mexicain où trouver du crédit à meilleur marché, il n'en sera que plus intéressé à faire des affaires avec vous. Ainsi, avant d'entamer toute négociation à Mexico ou à Monterrey, il s'impose que vous rencontriez en personne votre banquier et un agent de la Société pour l'expansion des exportations (SEE).

Signalons que toutes les sociétés mexicaines ne s'intéressent pas nécessairement aux sources canadiennes de financement. Claudio Escobar, directeur de la division mexicaine de la société d'Ottawa Lumonics Inc., rappelle que les entreprises mexicaines importantes des lasers de Lumonics sont pour la plupart des multinationales ou de grandes sociétés, qui paient leurs achats à même leurs fonds propres ou en arrangeant le financement auprès d'établissements financiers américains.