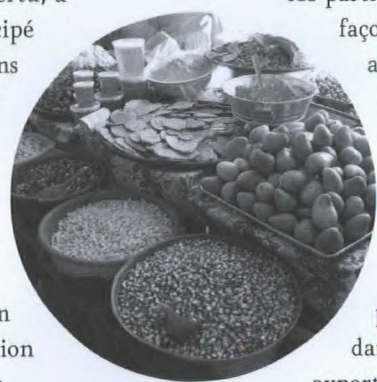


## Agroalimentaire au Mexique : des dirigeants parlent affaires

**Mexico** > Le 10 novembre, l'ambassade du Canada au Mexique a tenu la première d'une série de tables rondes des importateurs mexicains de produits agroalimentaires. L'ambassadeur du Canada, Gaëtan Lavertu, a ouvert la séance, à laquelle ont participé 17 importateurs et distributeurs mexicains d'aliments et boissons du Canada. Les participants venaient de Guadalajara, Monterrey et Mexico. Étaient également présentes des entreprises canadiennes établies à Mexico, comme McCains et Maple Leaf, ainsi que la Fédération canadienne pour l'exportation de bœuf. Les représentants d'Exportation et développement Canada à Mexico, le responsable du dédouanement du Canada au Mexique et les représentants du consulat général du Canada à Monterrey, du consulat du Canada à Guadalajara et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada figuraient également au nombre des participants.

La séance visait à clarifier les préoccupations des importateurs mexicains concernant l'accès au marché et les questions frontalières et elle a permis aux parti-



cipants de mieux connaître les stratégies et services du gouvernement du Canada concernant l'accès au marché agroalimentaire. Cela dit, l'activité était tout d'abord une occasion pour les participants de partager leurs opinions quant à la façon d'accroître la présence des produits agroalimentaires canadiens au Mexique. Les importateurs étaient très satisfaits de la séance, et d'autres tables rondes sont prévues pour discuter de certains sujets en particulier.

Le Mexique est l'un des marchés d'exportation du Canada qui connaissent l'essor le plus rapide, et il s'agit de l'un des cinq marchés prioritaires pour le gouvernement du Canada dans le secteur agroalimentaire. En 2004, les exportations de produits agroalimentaires canadiens ont atteint un sommet, s'établissant à 1,4 milliard de dollars, une hausse de près de 60 % par rapport à 2003. En 2004, les exportations agroalimentaires ont représenté 23 % de l'ensemble des exportations canadiennes vers le Mexique.

**Renseignements :** Marcello DiFranco, délégué commercial, ambassade du Canada à Mexico, tél. : (011-52-55) 5724-7900, courriel : marcello.difranco@international.gc.ca, site Web : www.mexico.gc.ca.

## Séminaires de la FDA - suite de la page 1

Les participants au programme d'une journée tenu à Plattsburgh étaient nombreux. Il y avait des représentants d'entreprises alimentaires du Québec, des courtiers en douane, des représentants de sociétés de transport ainsi que des représentants d'États américains, du gouvernement central des États-Unis et du gouvernement fédéral du Canada. Des exposés ont été présentés par la FDA, la Customs and Border Protection Agency des États-Unis et l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Ces organismes ont défini le rôle qu'ils exercent auprès des entreprises pour les aider à se conformer aux exigences américaines en matière d'importation.

Les participants ont apprécié l'occasion qui leur a été donnée de rencontrer les représentants gouvernementaux responsables du processus de prise de décision aux postes de la frontière Québec-New York. Dans la foulée du séminaire, la FDA à Buffalo a demandé la collaboration du consulat général pour la mise en œuvre d'un programme semblable à l'intention des entreprises ontariennes en mars 2006.

**Renseignements :** Marcia Grove, déléguée commerciale, consulat général du Canada à Buffalo, tél. : (716) 858-9500, courriel : marcia.grove@international.gc.ca.

### RÉDACTION

Yen Le, Aaron Annable,  
Jean-Philippe Dumas

### SITE WEB

www.canadexport.gc.ca

### ABONNEMENT

Tél. : (613) 992-7114  
Télec. : (613) 992-5791  
canad.export@international.gc.ca

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines. Convention de la poste-publication n° 40064047

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à : CanadExport (BCS) 125, promenade Sussex Ottawa (Ontario) K1A 0G2

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada. Tirage : 54 000 exemplaires

Also available in English.  
ISSN 0823-3349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de CanadExport.

## Partenariat Canada-Mexique - suite de la page 1

Ces réseaux continueront à porter leurs fruits à mesure que s'accroîtront les échanges et l'investissement entre les deux pays. Deux groupes supplémentaires, l'un sur l'agrocommerce et l'autre sur l'énergie viennent tout juste d'être créés.

Dans le cadre du PCM, des entreprises canadiennes et mexicaines ont collaboré conjointement à de nombreux projets ayant donné naissance à des possibilités d'échanges et d'investissement. Les membres mexicains du Groupe de travail sur l'habitation ont accepté d'intégrer des technologies canadiennes novatrices et durables à leurs projets de construction. Des entreprises mexicaines membres du Groupe de travail sur le développement urbain ont mis en place des installations canadiennes de traitement des eaux usées dans des collectivités rurales du Mexique. Le Groupe de travail sur la compétitivité met l'accent sur la réduction des obstacles au commerce et à l'investissement et sur la promotion des partenariats commerciaux entre le Canada et le Mexique. Il vise ainsi à accroître le commerce bilatéral de 50 % et l'investissement de 100 % d'ici 2010. À mesure que les

groupes de travail évolueront, leurs projets prendront de l'expansion, et de nouvelles initiatives verront le jour.

Le PCM a ajouté une nouvelle dimension aux relations fructueuses entre le Canada et le Mexique et il vient compléter efficacement l'ALENA et le Partenariat nord-américain pour la sécurité et la prospérité. Le PCM repose sur une ferme volonté et une collaboration intense qui continueront à renforcer la coopération entre le Mexique et le Canada pendant de nombreuses années.

**Renseignements :** www.cican-itcan.gc.ca/cmp-fr.asp.

## Tirer profit du dynamisme du marché mexicain

**Mexico, Mexique** > Une mission commerciale récemment effectuée au Mexique a aidé sept grands fabricants canadiens de produits de construction à créer des partenariats et à accroître leurs exportations à destination de l'Amérique latine, un marché en pleine effervescence. La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) et l'ambassade du Canada au Mexique ont organisé cette mission dans le cadre d'un programme de promotion des exportations. Ce programme, d'une durée de huit mois, visait à jumeler des entreprises participantes en fonction de leur profil et de leurs objectifs commerciaux.

Cette visite a coïncidé avec la publication d'une étude de la SCHL sur les habitudes d'achat des promoteurs mexicains. Parmi les principales conclusions de l'étude, mentionnons le fait que plus de 50 % des promoteurs se sont dits intéressés à trouver de nouveaux fournisseurs et que près de 40 % font affaire avec des fournisseurs étrangers. Cette année, la valeur du marché mexicain des produits de construction devrait s'établir à plus de 7,2 milliards de dollars.

Des représentants des entreprises Genesis TP (systèmes de construction à ossature d'acier léger), Icynene Inc. (isolation à la mousse), Royal Dynamics (système de couverture en tuiles Dura), Loewen Windows (fenêtres haut de gamme en bois), Phantom Screens (moustiquaires pour fenêtres), ThermaRay (systèmes de confort thermiques) et PG Flooring (planchers de bois franc) ont participé à la mission qui s'est rendue à Mexico, à Guadalajara et à Monterrey en octobre.

« Ces quatre dernières années, nous avons participé à la mission de la SCHL au Mexique parce qu'elle a aidé notre entreprise à mieux pénétrer le marché », a expliqué Roberto Amaya, directeur pour l'Amérique latine chez Loewen Windows.

Chaque entreprise qui a participé à la mission a rencontré des acheteurs, agents ou distributeurs potentiels préqualifiés; a fait la promotion de ses

produits à l'occasion de colloques techniques organisés à l'intention des constructeurs et des architectes; a visité des chantiers de construction de bâtiments de faible et de grande hauteurs; et a participé à Expo CIHAC 2005, la plus grande foire de la construction en Amérique latine.



La délégation de fabricants canadiens au Mexique.

« C'est parce que nous avons repéré des produits canadiens appropriés et que nous avons adopté une approche personnalisée en matière de recherche de clients au Mexique que nous avons remporté autant de succès, affirme Paulina Barnes, conseillère principale en commerce extérieur pour la SCHL. Nous ciblons la construction haut de gamme, marché qui offre les débouchés les plus prometteurs aux entreprises canadiennes. »

**Renseignements** sur l'étude de la SCHL : www.cmhc-schl.gc.ca/fr/malopaet/exprsaca/somaex/upload/Mexico\_FR.pdf.