

doc
CA1
EA612
95P62
FRE

M A I R E D E S D É B O U C H É S - M E X I Q U E

Produits alimentaires transformés



FAITS SAILLANTS

Le marché des aliments préparés commence juste à prendre de l'expansion au Mexique et offre d'excellentes possibilités à long terme pour les entreprises canadiennes.

Les Mexicains qui peuvent s'offrir de faire leurs courses dans les supermarchés, où la plupart des aliments importés sont vendus, ne composent que 20 pour 100 de la population mais leur nombre dépasse les 18 millions de personnes.

- Les deux tiers des Mexicains ont moins de 30 ans. Ils connaissent la publicité américaine et affichent une préférence marquée pour les aliments importés.
- Les ménages ont de plus en plus besoin de deux revenus pour conserver un niveau de vie de classe moyenne. Un nombre croissant de femmes rejoignent la population active, faisant augmenter la demande d'aliments transformés faciles à préparer.
- Les chaînes de supermarchés mexicains agrandissent leurs installations de réfrigération et leurs présentoirs en plus d'offrir davantage d'articles réfrigérés et congelés.
- Les fours à micro-onde et les congélateurs deviendront, à moyen terme, plus accessibles aux Mexicains de classe moyenne et les ventes d'aliments préparés augmenteront encore davantage.

LES POSSIBILITÉS

Le secteur mexicain de la transformation des aliments est en cours de mutation. Il s'est développé à l'abri du protectionnisme qui n'incitait pas beaucoup les producteurs

mexicains à se moderniser. C'est ce qui explique qu'il ait été dominé par de petites entreprises familiales inefficaces. À la fin des années 1980, le gouvernement du Mexique a lancé un vaste programme de réformes économiques. Les barrières tarifaires ont été réduites et les restrictions imposées aux importations de technologie ont été éliminées. La réglementation sur l'investissement étranger a été libéralisée et les entreprises gouvernementales ont été vendues à des investisseurs du secteur privé. L'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), en 1994, a poussé cette mutation encore plus loin.

Les entreprises mexicaines de transformation alimentaire se sont alors retrouvées dans une situation difficile car elles ne disposaient pas des capitaux nécessaires pour se moderniser alors que leurs concurrentes étrangères, très efficaces, accédaient à leur marché. Les importations d'aliments transformés sont alors passées de 425 millions de dollars US en 1991 à 500 millions de dollars US en 1993. Un grand nombre de sociétés de transformation alimentaire implantées aux

SOMMAIRE

Ce document d'information sur le marché mexicain des **produits alimentaires transformés** a été produit et publié par Prospectus Inc., en vertu d'un contrat du MAÉCI, en même temps que d'autres profils et résumés sectoriels sur les débouchés au Mexique. On peut se les procurer auprès de :

InfoCentre

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

Ces profils sectoriels sont disponibles en format électronique sur le BÉI et en copie papier au coût de 10 \$, plus les frais d'expédition et les taxes en vigueur, auprès de Prospectus Inc. S'adresser à :

Prospectus Inc.
Service des commandes
Téléphone : (613) 231-2727
Télécopieur : (613) 237-7666

© Ministère des Approvisionnements et Services, Novembre 1995

N° cat. E73-9/46-1995-1F
ISBN 0-662-80552-6

Also available in English.

PARAÎNÉ PAR



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce International / Department of Foreign Affairs and International Trade

À moins d'indications contraires, tous les montants sont indiqués en dollars américains au taux de change en vigueur avant la dévaluation du peso de décembre 1994.