

bien connaître le produit. C'est ainsi que dans le domaine de l'impression rapide, il a fallu éduquer le consommateur pour lui apprendre la façon d'utiliser ces services.

Quand une entreprise a décidé de s'implanter au Mexique, sa première priorité est d'enregistrer sa marque de commerce. C'est une procédure simple mais qui pourra coûter jusqu'à 6 000 dollars U.S. et qui prendra du temps. Certains franchiseurs découvrant que des entreprises locales possèdent déjà les droits mexicains sur leurs marques de commerce. C'est ainsi que Burger King a dû acheter sa franchise du propriétaire local de ce nom pour pouvoir pénétrer le marché mexicain.

Le choix des franchisés, que ce soit directement ou par l'intermédiaire de franchises principales, est plus complexe au Mexique qu'au Canada ou aux États-Unis. Un grand nombre d'investisseurs éventuels ont des attentes irréalistes et peu d'expérience en affaires. En règle générale, ceux qui offrent les meilleures chances de réussite sont ceux qui ont déjà réussi en affaires, disposent d'un bon revenu et de capitaux. Des investisseurs de ce genre ne seront probablement pas intéressés à gérer eux-mêmes la franchise. Ils chercheront des franchises principales ou embaucheront des employés pour s'occuper de la gestion. Pour faire des affaires au Mexique, il faut le plus souvent faire personnellement connaissance avec ses partenaires éventuels en ayant beaucoup de relations sociales avec eux et en développant de solides relations d'affaires, ce qui peut prendre du temps et nécessiter beaucoup d'efforts.

Même le franchisé mexicain le plus compétent aura besoin de beaucoup de surveillance, surtout parce que les normes concernant les produits et les services ne sont pas aussi élevées qu'au Canada. La maintenance de l'équipement peut également constituer un problème et c'est un domaine dans lequel il faudra assurer une formation solide. Cela veut dire préparer la documentation pour la formation ainsi que des instructions pour les produits ou les processus, le tout en espagnol.

Enfin, dans un marché comme celui de Mexico, le coût élevé des loyers et le peu d'emplacements convenables disponibles sont des obstacles importants dont l'exploitant de la franchise devra venir à bout. Il faut faire preuve d'un esprit créatif quand on négocie l'obtention d'emplacements pour de nouveaux magasins.

OÙ OBTENIR DE L'AIDE ADDITIONNELLE

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (AÉCIC) est le ministère fédéral du gouvernement canadien qui a le plus de responsabilités dans le domaine du développement des échanges commerciaux. Le Centre InfoEx Plus est le premier endroit où s'adresser pour obtenir des conseils sur la façon d'exporter. On y donne des renseignements sur les programmes et les services touchant aux exportations, on contribue à apporter des solutions aux problèmes d'exportation. C'est la première porte à laquelle il faut frapper pour accéder au réseau de renseignements commerciaux d'AÉCIC. On peut s'y procurer des publications spécialisées dans le domaine des exportations.

Centre InfoEx Plus

Téléphone : 1-800-267-8378
 ou (613) 944-4000
 Télécopieur : (613) 996-9709

La **Division commerciale de l'Ambassade du Canada à Mexico** fait la promotion du commerce au Mexique. Il y a plusieurs délégués commerciaux à l'Ambassade et un bureau satellite à Monterrey. Les délégués commerciaux peuvent fournir toute une gamme de services y compris la présentation d'entreprises canadiennes à des clients éventuels au Mexique, des conseils sur les canaux de commercialisation, l'aide à ceux qui souhaitent participer à des foires commerciales, l'aide pour trouver des entreprises mexicaines qui conviennent comme agent et enfin la compilation de renseignements de crédit et d'affaire sur d'éventuels clients étrangers.

Division commerciale
 Ambassade du Canada à Mexico
 Schiller No. 529
 Col. Polanco
 Apartado Postal 105-05
 11560 México, D.F.
 México
 Téléphone : 724-7900
 Télécopieur : 724-7982

Industrie Canada (IC)

La Direction des services de distribution d'Industrie Canada surveille l'évolution et les développements du franchisage international et est en relation avec les franchiseurs, les associations et les profession-

nels du Canada. Elle suit aussi l'évolution du secteur de la distribution dans certains pays comme le Mexique.

Direction des services de distribution
 Direction générale des industries de distribution et de construction
 Industrie Canada
 235, rue Queen
 Ottawa (Ontario) K1A 0H5
 Téléphone : (613) 954-2987
 Télécopieur : (613) 952-9054

Les **Centres de commerce international** ont été créés à travers le pays afin d'être la première porte à laquelle les sociétés canadiennes qui veulent exporter doivent s'adresser. Partageant les locaux régionaux d'Industrie Canada (IC), les centres relèvent d'AÉCIC et des délégués commerciaux y sont en poste. Ils aident les entreprises à déterminer si elles sont prêtes ou non à exporter, ils les aident à faire la recherche en marketing et à planifier la pénétration du marché et leur fournissent l'accès aux programmes gouvernementaux conçus pour promouvoir les exportations. Ils leur obtiennent l'aide de la Direction du développement du commerce à Ottawa et des conseillers commerciaux à l'étranger. Adressez-vous au Centre de commerce international le plus proche.

Le **Réseau mondial d'information sur les exportations (Exportations WIN)** est un système informatisé conçu par AÉCIC pour aider les agents de développement du commerce du Canada en poste à l'étranger à faire correspondre les besoins qu'il constate à l'étranger aux capacités des sociétés canadiennes. Ce système fournit à l'utilisateur des renseignements sur les capacités, l'expérience et l'intérêt de plus de 30 000 exportateurs canadiens. Pour s'inscrire sur Exportations WIN, appelez (613) 996-5701.

Le **Service d'information commercial** fournit aux entreprises canadiennes des renseignements détaillés sur les marchés par produit. Il aide des entreprises à tirer parti des possibilités locales, d'exportation, de transfert de technologie et de nouveaux investissements dans le domaine de la fabrication. Ces sociétés canadiennes utilisent ces renseignements pour prendre leurs décisions en ce qui concerne la fabrication, le développement de produits, la