

Les principaux types d'emballages utilisés au Mexique sont les contenants rigides et semi-rigides (75 p. 100), les emballages souples (18 p. 100) et divers autres (7 p. 100), comme le métal ou le liège. Quatre matériaux, le papier et le carton, les matières plastiques, le verre et le métal représentent 90 p. 100 des besoins d'emballage. Le papier et le carton sont utilisés dans les contenants en carton ondulé et en carton compact, les boîtes pliantes, les boîtes montées, les boîtes mixtes, les tubes, les fûts, les sacs, les emballages stériles et le papier d'emballage. Le verre est généralement utilisé dans les bouteilles, les fioles, les ampoules et les tubes. Les matières plastiques sont utilisées dans la fabrication des contenants semi-rigides, comme les bouteilles et les fioles, et des emballages souples, tels que les sacs et la pellicule de plastique. Le métal sert à la fabrication des boîtes de fer-blanc et d'aluminium, des canettes, des conteneurs, des fûts et des seaux. En 1986, l'industrie de l'emballage a acheté cinq milliards de boîtes de fer-blanc, deux milliards de bouteilles de verre, trois cents milliards de boîtes de carton et sept milliards d'étiquettes. Les principales entreprises mexicaines qui fournissent des matériaux d'emballage sont Vitro (verre), Mexicana de Envases, Envases de Hoja de Lata, Industria Metálica del Envase, La Continental et Cartón y Papel.

Les États-Unis sont depuis toujours le plus grand fournisseur de matériel de transformation et d'emballage des aliments au Mexique, pour les raisons suivantes : la proximité géographique qui permet d'offrir un meilleur service et d'obtenir facilement les pièces de rechange, la livraison plus rapide et moins coûteuse; la familiarité de l'utilisateur mexicain avec le matériel fabriqué aux États-Unis; et la compétitivité des prix américains sur le marché international. Les États-Unis comptent pour environ 55 p. 100 des importations totales, suivis par l'Allemagne de l'Ouest (15 p. 100), la France (5 p. 100) et l'Italie (10 p. 100), pays qui se sont efforcés d'augmenter leur part de marché au moyen de la promotion directe de leurs produits, de la fourniture d'équipement et de service de haute qualité, de la souplesse des conditions de crédit et de financement, de la variété des technologies et des procédés et en offrant des services de consultation technique et autres.

Les entreprises canadiennes ont été pratiquement absentes de ce marché, comme en témoignent leurs exportations totales vers le Mexique qui se chiffrent à 1,7 million de dollars canadiens en 1989, 1 million en 1990 et encore 1 million en 1991, comme suit :