

de l'eucalyptus. On s'attend à ce que pour 1995 la dévaluation du peso fasse baisser sensiblement les importations, permettant aux fournisseurs mexicains de remettre en activité des installations qui s'étaient arrêtées. Toutefois, même si le sous-secteur de la pâte fonctionne à pleine capacité, il faudra encore des importations pour répondre à au moins 15 pour 100 de la consommation mexicaine.

D'après les spécialistes du secteur, la demande de fibres primaires blanches et courtes est forte parce que le pays n'est pas en mesure de les produire lui-même. Il ne sera pas non plus en mesure de répondre à ses propres besoins en matière de fibres secondaires.

### LE PAPIER

Un rapport récent du *Grupo Financiero Bancomer* prédit une légère reprise du secteur du papier en 1995, à la suite des efforts de modernisation et de la dévaluation du peso. La pénétration des importations devrait diminuer, peut-être de moitié. Malgré cela, le Mexique continuera à importer certains produits finis :

- les papiers kraft;
- les papiers mullen;
- les papiers convenant à «l'explosion»;
- les papiers joumaux de meilleure qualité; et
- les papiers à usage artistique.

Le marché des matériaux d'emballage devrait croître de 30 pour 100 en 1996, étant donné le niveau plus élevé des activités d'exportation. Cela devrait alimenter la demande de pâtes importées de première fabrication.

### LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

Au début de 1995, l'administration Zedillo qui venait de prendre le pou-

voir a créé un nouveau ministère, le *Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP)*, Secrétariat à l'environnement, aux ressources naturelles et à la pêche. Ce nouveau secrétariat a dégagé le *Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos (SARH)*, Secrétariat à l'agriculture et aux ressources hydriques, de la responsabilité du secteur de la forêt. Le *SEMARNAP* est maintenant responsable de l'application de la *Ley Forestal*, loi sur la forêt. Il tient également un inventaire des ressources forestières et publie des données statistiques sur ce secteur.

Cette modification de la structure gouvernementale est destinée à accroître la synergie entre les diverses composantes du secteur des ressources naturelles et à leur permettre de se développer de façon durable et satisfaisante pour l'environnement. Au sein du *SARH*, la forêt était perçue comme un concurrent de l'agriculture pour la terre disponible plutôt que comme une ressource renouvelable. Cette réorganisation ne devrait pas apporter de modifications à la *Ley Forestal*, même si on s'attend à ce que le *SEMARNAP* mette en œuvre les dispositions de la réforme foncière de façon plus agressive.

En vertu de la réglementation, le *SEMARNAP* doit veiller à la coordination des accords entre les gouvernements des États et les municipalités, les entreprises publiques, les *ejidos*, les propriétés communautaires et les sociétés privées.

Pratiquement tous les aspects de l'exploitation forestière sont soumis à l'obtention de permis, à la réalisation d'études techniques et à une vaste gamme d'autres exigences. La plupart des observateurs estiment qu'il deviendra moins coûteux de se conformer à ces règles avec le *SEMARNAP*.

Le Mexique est doté d'un système de normes obligatoires connues sous le nom de *Normas Oficiales*

*Mexicanas (NOMs)*. Ces normes peuvent être promulguées par n'importe quel ministère du gouvernement. Les produits soumis à ces normes doivent être testés et recevoir un certificat de conformité avant de pouvoir être importés. Certains produits du bois sont soumis à la réglementation, mais il n'y a pas actuellement de normes obligatoires pour les produits du papier. Les *NOMs* font l'objet de changements fréquents et les exportateurs auront intérêt à vérifier les exigences dans leur domaine, auprès de l'importateur, avant que les marchandises ne quittent le Canada.

### LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

La plupart des producteurs de papier ne vendent qu'à des clients finaux importants, des distributeurs ou de grands détaillants. En règle générale, les détaillants s'approvisionnent auprès des distributeurs.

Les producteurs de papier s'en remettent largement à la publicité pour promouvoir leurs produits industriels et d'affaires. La publicité dans les magazines spécialisés et les journaux commerciaux est courante. On fournit assez régulièrement des échantillons aux clients et aux distributeurs importants. Les clients industriels sont souvent abordés directement par les vendeurs du producteur.

Il arrive à l'occasion que les producteurs acceptent des commandes spéciales de produits de papier. Ce sont le plus souvent les imprimeurs qui ont besoin de papier spécialisé pour certaines éditions qui donnent ce type de commandes. Toutefois, comme les coûts sont plus élevés, les clients qui passaient auparavant des commandes spéciales achètent maintenant des produits américains qui ne sont pas disponibles au Mexique.