



Portrait d'un exportateur canadien

Russel Marcoux, président • N. Yanke Transfer Ltd. • Saskatoon (Saskatchewan)

« Au sud du Rio Grande, un grand marché nous attend, » déclarait Russell Marcoux, président de N. Yanke Transfer, à la veille de son premier voyage d'affaires au Mexique. « C'est un territoire vierge à bien des égards, et je pense que nous allons y faire bien des affaires. »

C'est ainsi qu'après avoir transformé une petite entreprise de camionnage en l'une des plus importantes sociétés de transport du Canada, et fort d'un chiffre d'affaires considérable aux États-Unis, M. Marcoux commença à lorgner vers le marché mexicain. À titre d'administrateur de l'Association canadienne du camionnage (ACC), il était tout à fait au courant du marché qui s'ouvrait au Mexique puisqu'il avait assisté aux réunions de l'Association à San Diego et à Mexico lorsque ce thème fut abordé. L'ACC était également intervenue lors des audiences sur l'ALENA. M. Marcoux décida donc d'explorer les possibilités qui s'offraient à son entreprise en se rendant lui-même à Monterrey.

N. Yanke est une entreprise familiale dont le siège est à Saskatoon. Fondée en 1968 par Norm Yanke, la société fut rachetée, en 1980, par Russel Marcoux et ses deux frères. L'entreprise, qui possédait à l'époque deux camions, exploite maintenant une flotte de 240 véhicules, avec des bureaux à Toronto, Winnipeg, Calgary, Edmonton et Vancouver, outre le siège social de Saskatoon.

Cette spectaculaire croissance est due en grande partie au passage, il y a cinq ans, au service accéléré, ou express. Auparavant, Yanke Transfer se spécialisait dans le transport en

vac de denrées agricoles sèches dans l'Ouest canadien. Mais lorsque l'occasion se présenta, en 1987, de signer un contrat à long terme avec Postes Canada, la société décida de se départir de sa division de marchandises sèches en la vendant à une autre société de l'Ouest. Par la suite, Yanke consacra tous ses efforts à développer son créneau, soit le transport accéléré sur grande distance.

Un an plus tard, le chiffre d'affaires était passé de 8 à 12 millions de dollars. La société possède

« Les mexicains... sont très ouverts à notre égard, et à nos idées. »

une flotte à la fine pointe du progrès, la volonté de prendre des risques, un système de repérage par satellite, la détermination de former son personnel, et le sens du travail d'équipe. Ces qualités ont donné lieu à un accroissement progressif du chiffre d'affaires, de sorte que les prévisions de vente pour 1993 atteignent quelque 60 millions de dollars.

Cette compagnie est à la fine pointe. Comme l'affirme M. Marcoux, « Nous sommes ouverts et nous essayons de répondre aux besoins de diversification, à la nécessité d'élargir nos activités quelque peu. Cela s'inscrit dans notre philosophie : nous nous percevons comme une société de transport plutôt qu'une simple entreprise de camionnage. »

M. Marcoux se rendit donc à Monterrey afin de sonder les perspectives de nouveaux marchés pour Yanke. Il en revint plein d'optimisme, après une semaine au cours de laquelle il visita également la ville frontalière de Nuevo Laredo (qui

constitue la fin du parcours, jusqu'en 1997, pour les camions canadiens).

« Ce séjour m'a vraiment fait prendre conscience des possibilités ainsi que de la volonté des Mexicains de faire des affaires avec les Canadiens, déclara-t-il à son retour. Ils sont très ouverts à notre égard, et à nos idées. »

M. Marcoux se déclara fort réjoui de l'aide que lui offrirent les agents du bureau commercial du Canada à Monterrey. « Ils m'ont servi jusqu'à un certain point de guides et m'ont offert un interprète. Dans l'ensemble, ils ont été très serviables. »

Aux dires de M. Marcoux, le voyage fut très fructueux : « J'ai accompli tout ce que je m'étais proposé de faire. J'ai pris le pouls du marché, j'ai approché avec des transporteurs avec lesquels m'associer. Les gens que j'ai rencontrés sont, je dois avouer, la crème de la crème : des gens d'affaires très dynamiques qui ont beaucoup plus de panache que ce à quoi nous sommes habitués; qui possèdent des super-ordinateurs, des gratte-ciel de verre, et d'excellentes installations de formation pour leur personnel. Je suis très enthousiaste. »

« Sur le plan technologique, ils sont très perfectionnés; leur affaire est supérieure à celle de n'importe quel transporteur nord-américain que j'aie jamais vu », d'ajouter M. Marcoux. Comme tout cela vient d'un PDG dont la flotte, les systèmes, l'administration et les programmes de formation font l'envie de l'industrie, on ne peut vraiment trouver de meilleur compliment.

Bien que les permis de transport soient limités jusqu'à la fin de 1995, M. Marcoux entrevoit une foule de débouchés sur un nouveau marché qu'il tentera certes de pénétrer.

« Nous avons bien hâte, conclut-il, de profiter des possibilités qu'offre le commerce Nord-Sud. »



es orielles

La liquidation, par l'administration Salinas, d'éléments d'actifs appartenant à l'État mexicain, a transformé les télécommunications en un secteur innovateur, porteur et riche de débouchés, qu'alimentent les investissements privés.

Le marché mexicain s'ouvre de plus en plus au matériel de télécommunications étranger. La part des importations est passée de 10 %, en 1984, à quelque 20 %, en 1986, grâce en partie à l'accroissement des investissements auxquels a donné lieu la Coupe du Monde de soccer, en 1986. Les augmentations graduelles se sont poursuivies et, en 1990, dans la foulée de la diminution des droits d'importation et de l'élimination des permis d'importation obligatoires, la part des importations a atteint 48 %. L'on s'attend à ce que d'ici 1994, les importations répondent à 53 % de la demande dans le secteur.

Le marché mexicain du matériel de télécommunication devrait afficher une croissance de 10 % par année. En effet, l'un des objectifs déclarés du pays est de doubler le nombre de lignes téléphoniques au cours des cinq prochaines

Titres de transport - Suite de la première page

indiqués en équivalents métriques. Les valeurs devraient être exprimées en devises originales puisque le taux de change et l'équivalent en pesos mexicains sont calculés en fonction de la date d'arrivée des biens au Mexique.

Il faut faire parvenir un bordereau d'expédition à l'acheteur ou au courtier en douanes, à titre de destinataire; le nombre d'exemplaires expédiés est fonction du mode de transport utilisé. Le bordereau devrait indiquer :

- le nombre de colis dans la cargaison;
- une liste détaillée des marchandises que renferme chaque colis, conformément à ce qui est inscrit sur la facture;
- le poids net, brut et légal de chaque colis et de la cargaison;

Télécommunications

années. La poursuite de cet objectif entraînera des dépenses d'environ 10 milliards de dollars. Telmex (Telefonos de Mexico) prévoit à elle seule dépenser quelque 2 milliards de dollars cette année pour améliorer le service et installer de nouvelles lignes.

Northern Telecom exploite une usine au Mexique depuis 1991. Bell Canada et Mitel détiennent des intérêts. D'autres sociétés canadiennes participent à la mise en place d'un réseau de téléphone cellulaire. Depuis 1991, les entreprises canadiennes réalisent des ventes annuelles de plus de 100 millions de dollars US au Mexique.

Les dispositions de l'Accord de libre échange nord-américain (ALENA) reconnaissent l'importance des échanges en matière de télécommunication. Tous les droits de douanes sur le matériel de télécommunication seront graduellement éliminés au cours des 10 années qui suivront la ratification de l'Accord. Mais en attendant, le Canada et les États-Unis jouissent d'ores et déjà de tarifs préférentiels par rapport aux fournisseurs qui ne sont pas parties à l'ALENA. Le 1^{er} juillet 1995, le marché sera complètement ouvert aux sociétés canadiennes implantées au Mexique (ou sur une base transfrontalière antérieurement interdite) qui souhaitent offrir des services de télécommunication et d'informatique améliorés.

Toutefois, l'explosion des télécommunications au Mexique n'est pas uniquement tributaire de l'évolution de l'ALENA. Douglas Clark, de Northern

Telecom de Mexico, affirme que ce sont le gigantesque programme de privatisation du Mexique ainsi que la refonte de son économie qui expliquent la présence accrue de sa société sur ce marché.

La concurrence, sur ce qui est perçu comme un marché très lucratif et à long terme, sera vive. À l'heure actuelle, les États-Unis constituent le plus important fournisseur de matériel de télécommunication au Mexique. Suivent, dans l'ordre, le Japon, la Suède, l'Allemagne, la France et le Canada. De toute évidence, les entreprises devront multiplier les efforts en matière de recherche et de développement dans leurs domaines de prédilection afin de réussir à long terme sur le marché mexicain.

Les Européens et les Japonais exploitent avec beaucoup de dynamisme les débouchés qu'offre le marché mexicain. Le prix et les modalités de financement sont les facteurs qui influent le plus sur la demande mexicaine. Les sociétés canadiennes peuvent tirer parti de lignes de crédit offertes par la Société pour l'expansion des exportations : une ligne de crédit de 100 millions de dollars a été consentie à Telmex.

Le climat est accueillant, les besoins sont considérables et nous possédons le savoir-faire. Tous les facteurs se conjuguent donc pour favoriser l'implantation ou l'expansion sur ce nouveau marché. Le Mexique appelle : de nombreuses entreprises canadiennes sont en mesure de répondre à cet appel.

accéléré, préalablement à l'expédition des marchandises, afin de permettre la révision des documents et l'obtention des permis spéciaux. Il est à déconseiller d'utiliser la poste, qui pourrait occasionner un retard de deux à trois semaines.

Ces exigences, bien que rigoureuses, sont relativement explicites dans la plupart des cas. Ce qu'il ne faut surtout pas oublier, une fois vérifiée l'exactitude des documents, c'est de contrôler avec soin leur cohérence. Le moindre petit écart pourrait entraîner d'importants retards.

InfoEx diffuse un excellent document sur cette question — demander, **Documents d'exportation et recouvrements à l'étranger** (n^o 123-TF).