

Libéralisation et débouchés dans l'industrie touristique au Mexique

L'étude intitulée *Étude du marché mexicain des équipements touristiques et de l'équipement d'hôtellerie et de restaurant*, préparée par l'ambassade du Canada à Mexico, indique clairement que les exportateurs canadiens ne tirent pas suffisamment parti d'un marché qui pourrait rapporter des millions de dollars.

Le guide donne les conseils suivants : « Les exportateurs canadiens devraient participer aux foires commerciales tenues au Mexique et envisager la possibilité de conclure des accords d'entreprise conjointe ou d'octroi de licences pour percer sur le marché mexicain. »

Ce conseil s'adresse aussi aux entreprises d'experts-conseils, surtout celles spécialisées dans la conception, le contrôle de la qualité et le lancement de nouveaux produits.

Ceci dit, le « processus de libéralisation du commerce » signifie que :

- les permis d'importation seront éliminés sur tous les 11 960 postes tarifaires à l'exception de 325 dans le cadre du Système harmonisé récemment adopté;
- les prix officiels à l'importation ne s'appliquent plus;
- en ce qui concerne les droits à l'importation, le maximum, qui était de 100 %, est devenu 20 %.

Tous ces changements sont de bon augure pour les exportateurs canadiens sur le marché du matériel et des services dans les domaines du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration au Mexique — « l'une des priorités du gouvernement et une industrie qui génère d'énormes revenus et qui croît constamment ».

Cette croissance est avantageuse pour le Canada, pays qui, traditionnellement, entretient des relations commerciales très étroites avec le Mexique.

En 1989, le commerce entre le Mexique et le Canada a atteint 2,3 milliards de dollars CAN répartis de la manière suivante : des produits et services exportés au Mexique d'une valeur de 306 millions de dollars CAN; des importations du Mexique d'une valeur de 1,7 milliards de dollars CAN.

Selon des chiffres établis par le Mexique, en 1989, 1,9 % des importations de ce pays provenaient du Canada,

alors que 1,3 % de ses exportations étaient destinées au Canada. Par conséquent, le Canada occupe la cinquième place parmi les pays qui exportent au Mexique et la sixième place parmi ceux qui importent de celui-ci.

Pour ce qui est du matériel et des fournitures dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration, la consommation totale du Mexique en 1989 a atteint 131,7 millions de dollars, une augmentation de 17 % par rapport à celle de l'année précédente. Cela est dû aux politiques de libéralisation du commerce mises en application par le Mexique.

Dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration, on prévoit que la demande totale de matériel et de fournitures enregistrera, entre 1990 et 1992, une croissance annuelle de 8 % — à la suite d'investissements importants dans le secteur du tourisme.

« Les importations continueront à croître à une allure plus rapide que la production intérieure en raison de la facilité relative avec laquelle les produits étrangers peuvent être maintenant importés, de leur qualité supérieure et de leur compétitivité par rapport aux produits locaux dans les domaines de la haute technologie et des produits nouveaux. »

Selon des estimations de l'industrie, le total des investissements dans le matériel destiné aux hôtels et aux restaurants pendant les cinq prochaines années devra être de l'ordre de 800 millions de dollars, 10 000 chambres d'hôtel étant construites annuellement, pour atteindre le but fixé par l'administration actuelle qui consiste à disposer de 50 000 chambres supplémentaires d'ici à 1995.

D'après cette source, chaque chambre d'hôtel des catégories de la haute classe (4 étoiles et plus) représente des coûts de construction moyens de 63 600 \$ — dont 35 % sont des meubles et des fournitures de chambres.

Selon des statistiques du Mexique, la part du marché d'importation qu'accapare le Canada en ce qui a trait au matériel d'hôtel et de restaurant est passée de 1,2 % en 1988 à 2,2 % en 1989. Les exportations canadiennes ont augmenté régulièrement de

1,8 million de dollars en 1987 à 2,9 millions de dollars en 1989. Le matériel étranger qui peut se vendre le mieux comprend les articles suivants : la porcelaine d'hôtel, les articles de table en céramique, la coutellerie, les machines de fabrication de glace, les machines de fabrication de café et de thé, les lave-vaisselles, les distributeurs automatiques, les balances, les fours de boulangerie, les fours à micro-ondes, les installations sanitaires, les ensembles d'articles de table, les verres en cristal, les draps et les nappes en fibres synthétiques, les serviettes, les couvertures et les édredons, le tapis pour hôtels, les articles de cuisine, les meubles de cuisine en acier inoxydable, les meubles de chambre à coucher en bois, les climatiseurs de fenêtre et de mur, les réfrigérateurs et les congélateurs commerciaux, les purificateurs d'eau, les grille-pain, le matériel de cuisson à gaz, les machines à laver, les aspirateurs, les logiciels pour la gestion des hôtels et des restaurants ainsi que le matériel de télécommunication.

Le Mexique compte pour 2,1 % du total du revenu mondial dans le domaine du tourisme et occupe la neuvième place au monde comme destination touristique. En 1991, il s'attend à recevoir plus de 7,5 millions de visiteurs, ce qui produira un revenu de 3,6 milliards de dollars.

L'industrie hôtelière du pays occupe le huitième rang à l'échelle mondiale en ce qui concerne le nombre de chambres. Actuellement, elle consiste en 7 971 hôtels et motels inscrits, qui offrent 321 975 chambres. On s'attend à ce que l'industrie, entièrement soutenue par le gouvernement mexicain, croisse de 3 à 4 % annuellement au cours des quatre prochaines années.

« L'administration du président Salinas a défini le tourisme comme la source la plus prometteuse de croissance économique et a établi un objectif quinquennal consistant à presque doubler le nombre de touristes jusqu'à 10 millions par an, d'ici à 1994, le revenu total étant de 5 milliards de dollars. »

Les hôtels qui offrent aux exportateurs étrangers les meilleures possibilités d'exportation sont ceux appartenant aux

(Voir page 4 : L'industrie.)