

catégories où le Mexique détenait un avantage absolu en 1990 et où l'IPM a baissé entre 1990 et 2000. Dans cette catégorie, la baisse de 32 p. 100 de l'IPM au cours de la sous-période allant de 1990 à 1994 a éclipsé une amélioration de 17,9 p. 100 au cours de la sous-période allant de 1994 à 2000. Cette amélioration s'explique en grande partie par une croissance des exportations canadiennes de matériel de télécommunications. Toutefois, le Canada et le Mexique peuvent s'attendre l'un et l'autre à une concurrence asiatique plus vive dans le secteur des produits électriques, de l'électronique et des télécommunications, non seulement de la part des pays exportateurs habituels vers les États-Unis que sont Singapour, Hong Kong, Taiwan et la Malaisie, mais également et de plus en plus, de la Chine.

La série de catégories où le Canada avait la plus grosse part de marché en 1990 et où l'IPM s'est amélioré en sa faveur comprend **les huiles et combustibles minéraux** (deuxième exportation canadienne aux États-Unis en 2000) et **les perles, pierres précieuses et bijoux** (12<sup>e</sup> position). Dans ces deux catégories, l'IPM a augmenté substantiellement au cours de la sous-période allant de 1990 à 1994, augmentation qui a été suivie par une baisse marginale entre 1994 et 2000.

L'IPM a augmenté entre 1990 et 2000 dans trois catégories où le Mexique possédait un avantage absolu en 1990. Ces trois catégories ont enregistré une hausse entre 1990 et 1994 et entre 1994 et 2000. Bien qu'aucune des trois ne se classe parmi les premières de la liste des principaux produits exportés par le Canada aux États-Unis, il est intéressant de noter que **les jouets, jeux et articles de sport** — 25<sup>e</sup> produit d'exportation du Canada aux États-Unis en 2000 — est l'une des catégories où l'IPM a augmenté en faveur du Canada.

## Résumé et conclusions

Même si les exportations mexicaines à destination des États-Unis ont augmenté de manière extraordinaire au cours de la dernière décennie, le Canada n'a jusqu'ici pas été menacé dans sa position de première source d'importations des États-Unis. En fait, c'est largement au détriment du Japon que le Mexique a augmenté sa part du marché d'importation américain. À l'avenir, le Canada comme le Mexique pourraient devoir se soucier davantage de la concurrence nouvelle de la Chine sur le marché d'importation américain, surtout depuis son entrée récente dans l'Organisation mondiale du commerce (OMC). De même, après la reprise économique des États-Unis (prévue pour la fin de 2002), le Mexique et le Canada se heurteront à la concurrence accrue d'autres économies asiatiques. Toutefois, si l'on se base sur les éléments de leurs exportations respectives, il est probable que les exportations mexicaines souffriront plus que les exportations canadiennes de la croissance future des exportations asiatiques vers les États-Unis, ce qui limitera donc la poursuite de l'augmentation de la part qu'occupe le Mexique sur le marché d'importation américain.

Le ralentissement économique aux États-Unis met sous pression un certain nombre d'entreprises mexicaines qui dépendent du marché américain. Selon des rapports récents<sup>3</sup>, certains fabricants de pièces automobiles connaissent des difficultés croissantes de service de la dette en raison d'une baisse de la demande de leur principal client, l'industrie automobile américaine. Une généralisation des problèmes de service de la dette parmi les entreprises mexicaines peut menacer la stabilité des banques mexicaines et, à plus long terme, réduire les apports d'IED dont dépend la croissance des exportations mexicaines aux États-Unis. Aussi peut-on se demander, pour ce qui

est de l'offre, dans quelle mesure le secteur de la fabrication du Mexique qui dessert le marché d'importation américain peut tolérer un ralentissement (prolongé) de l'économie américaine. Même si les États-Unis peuvent éviter une réduction importante de la demande de produits d'importation, le secteur mexicain de l'exportation, qui s'est créé en fonction du maintien supposé de cette demande, risque malgré tout de se heurter à des problèmes de rentabilité et de service de la dette.

Comme nous l'avons observé ci-dessus, entre 1994 et 2000, les échanges commerciaux du Mexique et du Canada avec les États-Unis ont été stimulés par l'ALENA. En même temps, le peso mexicain a continuellement perdu de sa valeur par rapport au dollar canadien. Il est donc extrêmement difficile de déterminer jusqu'à quel point la relation entre les importations de produits mexicains et canadiens par les États-Unis a été influencée par l'ALENA, et dans quelle mesure la croissance des importations américaines de produits mexicains est liée à l'élasticité-prix provoquée par la dévaluation continue du peso au cours de cette période. L'évolution récente de la situation indique que le glissement du peso par rapport au dollar canadien a cessé : il valait 0,15 \$CAN en janvier 2001 et 0,17 \$CAN en octobre 2001. Ainsi, sauf si le peso subit à nouveau une dévaluation importante, il est très peu probable que le Mexique remplace le Canada comme première source d'importation des États-Unis dans un proche avenir.

mentales. Les exposants canadiens ont ainsi eu une occasion unique de rencontrer des représentants de plus de 60 entreprises de Kansai que les solutions environnementales canadiennes intéressaient vivement.

Le consul général, M. Mackenzie Clugston, a présidé la cérémonie d'ouver-

la conservation et la gestion des environnements lacustres mondiaux. Elle continue à promouvoir énergiquement la protection des ressources en eau douce de la planète.

La conférence a lieu tous les deux ans dans différentes villes de par le monde. La neuvième conférence internationale

*Vitrine de solutions environnementales canadiennes*

# Enviro-Shiga 2001 au Japon

ture officielle du pavillon du Canada et offert ses vœux de succès.

## Plus de déchets, plus de possibilités

La région de Kansai, peuplée de 22 millions de personnes et dont le PIB se classe au septième rang mondial, offre d'excellents débouchés pour les exporta-

teurs canadiens, en particulier les PME. L'expansion rapide de son économie a cependant créé une foule de problèmes d'élimination des déchets. Les entreprises locales sont donc à la recherche de méthodes acceptables du point de vue environ-

nemental pour se débarrasser de leurs déchets toxiques et dangereux tels les BPC et les dioxines ou des déchets organiques, ainsi que de solutions technologiques de lutte antiémissions, d'épuration de l'eau et de gestion des eaux usées.

## Responsabilité environnementale

Le Japon, hôte du Protocole de Kyoto, est depuis longtemps un haut lieu de sensibilisation à l'environnement. La préfecture de Shiga, au cœur du Japon, est responsable de la préservation du lac Biwa, le plus grand lac d'eau douce du pays et une source d'approvisionnement indispensable pour 14 millions de personnes et d'innombrables industries de la région de Kansai. En 1984, la préfecture de Shiga a organisé la première Conférence internationale sur

s'est tenue du 11 au 16 novembre à Shiga; 3 650 participants de 71 pays s'y sont rendus. La conférence coïncidait avec le salon Enviro-Shiga 2001, qui est très prisé.

La participation des entreprises canadiennes à ce genre d'événement démontre clairement aux Japonais que le Canada ne se contente pas d'être un chef de file des technologies environnementales et qu'il peut jouer un rôle important de partenaire dans la protection de l'environnement mondial.

**Enviro-Shiga 2002 se tiendra au Nagahama Dome du 6 au 8 novembre 2002.**

**Pour plus d'information**, communiquer avec M. Jean-Pierre Petit, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, tél.: (613) 996-2467, téléc.: (613) 994-2397, courriel: [jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca)




**LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA**

### Ciblez de nouveaux marchés

Vous êtes exportateur et vous voulez découvrir de nouveaux marchés ? Épargnez temps et argent grâce au Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux. Le Centre produit des études de marché qui identifient des débouchés spécifiques à l'étranger et fournissent un aperçu de la situation économique locale.

Plus de 600 études de marché couvrant 25 secteurs sont disponibles en ligne à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



**CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ**

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international / Department of Foreign Affairs and International Trade

**Canada**



**Équipe Canada inc - Team Canada Inc**

**1-888-811-1119**

**exportsource.gc.ca**